



«Утверждаю»  
Директор колледжа  
УО «Каспийский общественный  
университет»  
Ануаш Ж.Д.  
2023г.



**ПОЛОЖЕНИЕ  
О ПРОВЕДЕНИИ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА  
КОЛЛЕДЖА УО «КАСПИЙСКИЙ ОБЩЕСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**Рассмотрено и согласовано**

на заседании методического совета  
дата 01.09.2024 протокол № 1

## 1. Общие положения

- 1.1. Положение «О проведении итоговой аттестации по подготовке специалистов среднего звена» разработано на основании:
- 1) Закон РК «Об образовании» от 27 июля 2007 года № 319-III;
  - 2) Государственный общеобязательный стандарт технического и профессионального образования (приказ МП РК от 3 августа 2022 года № 348);
  - 3) Типовые учебные программы цикла или модуля общеобразовательных дисциплин для организаций ТиППО (приказ МП РК от 6 января 2023 года №1)
  - 4) Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 18 марта 2008 года № 125 «Об утверждении Типовых правил проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся для организаций среднего, технического и профессионального, послесреднего образования».
- 1.2. В Положении использованы следующие определения:
- 1) **оценивание** – процесс соотнесения реально достигнутых обучающимися результатов обучения с ожидаемыми результатами обучения на основе выработанных критериев;
  - 2) **итоговая аттестация обучающихся** – процедура, проводимая с целью определения степени освоения обучающимися объема учебных дисциплин, предусмотренных государственным общеобязательным стандартом соответствующего уровня образования, утвержденным приказом Министра просвещения Республики Казахстан от 3 августа 2022 года № 348 (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 29031).
- 1.3. Положение «О проведении итоговой аттестации по подготовке специалистов среднего звена» в колледже определяет порядок организации и проведения итоговой аттестации студентов, завершающих освоение основных профессиональных образовательных программ технического и профессионального образования - программ подготовки специалистов среднего звена независимо от форм получения образования; требования, предъявляемые к лицам, привлекаемым к проведению итоговой аттестации обучающихся; порядок подачи и рассмотрения апелляций.
- 1.4. Сроки проведения итоговой аттестации определяются в соответствии с учебным планом по специальности.
- 1.5. Итоговая аттестация представляет собой процесс оценивания уровня образования и квалификации выпускников на основе требований государственного образовательного стандарта по специальности и завершается выдачей документа государственного образца об уровне образования и квалификации.
- 1.6. Студентам и сотрудникам, привлекаемым к итоговой аттестации, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать средства связи.
- 1.7. Форма и стиль одежды при сдаче итоговой аттестации - белый верх и темный низ (категорически запрещены любые виды джинсов, спортивная форма, трико, майки, футболки, толстовки, топики, военная форма, короткие юбки, юбки с высокими разрезами, шорты и др).
- 1.8. На итоговой аттестации входить с мобильными телефонами, смарт часами, наушниками запрещается.

1.9. На итоговой аттестации при себе иметь шариковую ручку (синяя паста).

## 2. Проведение итоговой аттестации обучающихся

- 2.1. Итоговая аттестация обучающихся включает сдачу итоговых экзаменов по общепрофессиональным и специальным дисциплинам.
- 2.2. Для проведения итоговой аттестации обучающихся в колледже приказом директора колледжа создается итоговая аттестационная комиссия. Состав итоговой аттестационной комиссии формируется из числа квалифицированных специалистов предприятий, преподавателей специальных дисциплин, мастеров производственного обучения и представителей коллегиальных органов управления учебного заведения в соотношении 60% от представителей работодателей и не более 40% от представителей организации технического и профессионального, послесреднего образования, включая секретаря комиссии без права голоса. Комиссия состоит из нечетного количества представителей, включая председателя комиссии, членов комиссии, за исключением секретаря не имеющего права голоса.
- 2.3. Комиссия создается на период итоговой аттестации не позднее, чем за один месяц до проведения итоговой аттестации.
- 2.4. Комиссия определяет:
- 1) соответствие уровня теоретической и практической подготовки обучающихся установленным общеобязательным стандартам технического и профессионального, послесреднего образования;
  - 2) фактический уровень знаний, умений и практических навыков обучающихся по производственному обучению, общепрофессиональным и специальным дисциплинам, их соответствие требованиям учебных программ и квалификационных характеристик по профессиям (специальностям).
- 2.5. Продолжительность заседаний комиссии не должна превышать 6 часов в день.
- 2.6. Итоговая аттестация обучающихся проводится в сроки, предусмотренные графиком учебного процесса и рабочими учебными планами в форме, определенной государственными общеобязательными стандартами технического и профессионального, послесреднего образования.
- 2.7. В комиссию представляются следующие материалы и документы:
- 1) рабочий учебный план по специальности (профессии);
  - 2) приказ директора колледжа о допуске обучающихся к итоговой аттестации;
  - 3) сводные ведомости итоговых оценок обучающихся;
  - 4) комплект экзаменационных билетов и перечень вопросов, выносимых на итоговые экзамены, согласно учебной программе;
  - 5) документы, подтверждающие право обучающегося на перенос сроков итоговой аттестации по состоянию здоровья (при наличии таких студентов в колледже).
- 2.8. Итоговая аттестация обучающихся проводится в форме сдачи комплексного экзамена по специальным дисциплинам. Итоговая аттестация проводится в соответствии с учебными программами в устной форме, включающая вопросы нескольких специальных дисциплин (Приложение 1. Перечень вопросов, выносимых на итоговую аттестацию, согласно рабочему учебному плану).
- 2.9. Продолжительность устного итогового экзамена не превышает 15 (пятнадцать) минут на одного обучающегося.

- 2.10. Лицам, получившим оценку от 0-49 баллов «неудовлетворительно» при сдаче устного итогового экзамена, аттестационная комиссия выносит решение о допуске к повторной передаче итоговой аттестации и определяет ее сроки.
- 2.11. Обучающемуся, получившему оценку «неудовлетворительно» по сдаче итоговых экзаменов, выдается справка установленного образца об окончании полного курса обучения по специальности (профессии).
- 2.12. Обучающиеся, не явившиеся на сдачу итогового экзамена по уважительной причине, подтвержденной соответствующими документами, приказом директора колледжа могут быть допущены к прохождению итоговой аттестации в установленные сроки.
- 2.13. Обучающимся, освоившим и сдавшим образовательную программу с оценками «отлично» не менее 75 процентов зачетов и экзаменов по учебным дисциплинам, курсовым проектам (работам), отчетам по практике учебного плана, а по остальным - с оценками «хорошо» выдается диплом с отличием по решению итоговой аттестационной комиссии.
- 2.14. Заседание комиссии оформляется соответствующим протоколом, который подписывается председателем, членами комиссии.
- 2.15. Решение о выдаче диплома с указанием уровня квалификации принимается на основе результатов итоговых экзаменов по специальным дисциплинам, а также оценки уровня профессиональной подготовленности и присвоения квалификации. Материалы комиссии по итоговой аттестации хранятся в архиве колледжа.
- 2.16. Председатель комиссии по окончанию аттестации составляет отчет об итогах.
- 2.17. В отчете председателя комиссии отражаются:
  - 1) уровень подготовки обучающихся по данной специальности (профессии); характеристика знаний обучающихся, выявленных на экзамене;
  - 2) недостатки в подготовке обучающихся по отдельным вопросам дисциплин; рекомендации по дальнейшему совершенствованию подготовки квалифицированных кадров по профессиям (специальностям) технического и профессионального, послесреднего образования.
- 2.18. Председатель комиссии докладывает педагогическому совету об итогах работы комиссии.

### **3. Порядок подачи и рассмотрения апелляций**

- 3.1. При несогласии с результатом оценки итоговой аттестации, обучающиеся пишут заявление на апелляцию в произвольной форме на имя директора колледжа не позднее следующего рабочего дня после ее проведения.
- 3.2. Апелляционная комиссия создается приказом директора колледжа, состав которой формируется и определяется колледжем самостоятельно.
- 3.3. Апелляционная комиссия состоит из нечетного количества представителей, включая председателя комиссии, членов комиссии, за исключением секретаря не имеющего права голоса.
- 3.4. Решение апелляционной комиссии оформляется протоколом в произвольной форме не позднее 3-х рабочих дней со дня поступления заявления и доводит его до сведения обучающегося.

**Перечень вопросов, выносимых на итоговую аттестацию,  
согласно рабочему учебному плану**

**Курс: 3**

**Группа: МР 21-1**

Направление и специализация подготовки: 041 Бизнес и управление

0413 Менеджмент и управление

Код и наименование специальности: 04130100 - Менеджмент (по отраслям и областям применения)

Код и наименование квалификации(-ий): 4S04130101- Менеджер

**Комплексный экзамен по дисциплинам:**

1. Менеджмент организации.
2. Основы финансового менеджмента.
3. Экономика предприятия (отрасли).

**Менеджмент организации**

1. Предмет науки управления в системе экономических наук.
2. Теоретические и методологические основы менеджмента.
3. Совокупность методов управления.
4. Понятие, функции, цели и задачи менеджмента.
5. Виды менеджмента.
6. Управляющая и управляемая подсистемы, их единство и взаимодействие.
7. Менеджер и его функции. Виды управленческих отношений в общественной системе.
8. Место и роль менеджмента. Взаимодействие экономики, политики и управления.
9. Основные черты и виды организации.
10. Целевой подход в менеджменте. Классификация целей.
11. Понятие внутренней и внешней среды.
12. Понятие организационной структуры управления.
13. Делегирование, полномочия и ответственность.
14. Виды и роль коммуникации в управлении.
15. Понятие и классификация управленческих решений.
16. Классификация экономических методов управления.
17. Цели и задачи планирования. Виды планов, формы планирования.
18. Стратегическое планирование деятельности организации.
19. Бизнес-план и задачи, разделы бизнес-плана.
20. Мотивация, ее значение и современные теории мотивации.
21. Функции и виды управленческого контроля.
22. Технология и процесс контроля.
23. Руководство в организации. Полномочие, личное влияние и власть.
24. Формы власти.
25. Лидер как социальный архитектор. Структура и бюрократия.
26. Причины и функции конфликта. Управление конфликтной ситуацией.
27. Методы разрешения межличностных конфликтов.
28. Понятие корпоративной культуры управления. Этикет.
29. Эффективность менеджмента: внутренние и внешние параметры.
30. Подготовка кадров управления. Управление персоналом.

## Основы финансового менеджмента

1. Сущность финансового менеджмента: сочетание понятий менеджмент и финансы.
2. Два взгляда на структуру финансового менеджмента.
3. Цели финансового менеджмента.
4. Финансовый рынок. Основные признаки классификации финансовых рынков.
5. Основные принципы (концепции) финансового менеджмента.
6. Особенности организации биржевых и внебиржевых рынков.
7. Виды и характеристики рынков, классифицированных по видам финансовых инструментов.
8. Арбитраж. Андеррайтинг. Листинг.
9. Финансовые институты. Функции финансовых институтов.
10. Ценные бумаги. Специфические черты ценных бумаг.
11. Отличия между долевыми и долговыми финансовыми инструментами (акции и облигации).
12. Привилегированная акция. Ограничения на долю привилегированных акций в уставном капитале.
13. Простой и переводной вексель. Популярность банковского векселя.
14. Сберегательный и депозитный сертификаты. Их особенности.
15. Порог рентабельности. Расчет в штуках и в денежных единицах.
16. Управление динамикой прибыли фирмы с помощью производственного рычага.
17. Эффект финансового рычага DFL.
18. Эффект сопряженного рычага DCL. Логика расчета.
19. Управлять рисками, используя эффекты рычага.
20. Методы обоснования реальных инвестиций: NPV, NTV.
21. Методы обоснования реальных инвестиций: PI, IRR.
22. Методы обоснования реальных инвестиций: PP, DPP, ARR.
23. Методы обоснования реальных инвестиций: MIRR.
24. Формирование и оптимизация бюджета капиталовложений.
25. Управление дебиторской задолженностью.
26. Операционный и финансовый цикл: определения, назначение и логика расчета.
27. Оптимальный уровень денежных средств: модель Миллера-Орра.
28. Оптимальный уровень денежных средств: модель Стоуна.
29. Способы финансирования деятельности фирмы. Их достоинства и недостатки.
30. Капитал фирмы. Собственные и заемные финансовые источники.

## Экономика предприятия (отрасли)

1. Виды предпринимательской деятельности.
2. Цена фирмы в условиях монополистической конкуренции.
3. Понятие предприятия, его основные характеристики.
4. Монопольный рынок, его признаки. Ценообразования.
5. Классификация и функция предприятия.
6. Совершенная и несовершенная конкуренция.
7. Ценовая стратегия фирмы в условиях конкурентных рынков.
8. Основные принципы и особенности коммерческого ценообразования.
9. Виды цен и система цен.
10. Экономические ресурсы, виды ресурсов.
11. Понятие, структура, состав и классификация затрат.
12. Факторы производства, их структура.
13. Постоянные и переменные издержки.
14. Издержки фирмы: понятие и виды.
15. Капитал, понятие, разновидности.
16. Капитал как фактор предпринимательской деятельности.

17. Уставный капитал, его значение для предприятия.
18. Оборачиваемость капитала и виды предпринимательской деятельности.
19. Активы предприятия.
20. Производственные запасы на предприятии.
21. Материальное стимулирование труда.
22. Формы и системы оплаты труда.
23. Основные фонды предприятия. Определение среднегодовой стоимости основных фондов.
24. Основные средства предприятия, их классификация и признаки.
25. Принципы организации производства.
26. Износ и амортизация.
27. Закон убывающей отдачи от факторов производства.
28. Оценка эффективности использования основных фондов: фондоотдача, фондоемкость.
29. Понятие, состав и структура оборотных фондов.
30. Технология и факторы производства, понятие и экономическое значение.

### **Курс 2, 3**

#### **Группы МГР 22-4 (11 кл.), МГР 21-1**

Направление и специализация подготовки: 041 Бизнес и управление

0414 Маркетинг и реклама

Код и наименование специальности: 04140100 - Маркетинг (по отраслям)

Код и наименование квалификации(-ий): 4S04140103 - Маркетолог

#### **Комплексный экзамен по дисциплинам:**

1. Маркетинг.
2. Товароведение.
3. Маркетинговые исследования.

#### **Маркетинг**

1. Маркетинговая среда, основные факторы макро- и микросреды функционирования фирмы.
2. Этапы маркетинговых исследований.
3. Значение информации для фирмы. Методы сбора информации.
4. Процесс сегментации рынка и его цели.
5. Выбор стратегии охвата рынка.
6. Позиционирование и жизненный цикл товара.
7. Основные элементы комплекса маркетинга.
8. Понятие конкурентной среды фирмы.
9. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса.
10. Микросреда фирмы и её составляющие.
11. Макросреда функционирования фирмы.
12. Модели покупательского поведения.
13. Понятие и классификация рынков.
14. Стадии жизненного цикла товара.
15. Ценовая политика в маркетинге.
16. Сбытовые стратегии в маркетинге.

17. Коммуникационные стратегии в маркетинге.
18. Неценовые методы ведения конкурентной борьбы.
19. Понятие и задачи торговых марок.
20. Значение и функции упаковки товара.
21. Понятие и виды оптовой продажи товаров.
22. Понятие, функции, методы розничной торговли.
23. Каналы продвижения товара.
24. Стратегия массового маркетинга.
25. Стратегия концентрированного маркетинга.
26. Стратегия дифференцированного маркетинга.
27. Стратегия органического роста.
28. Основные стратегии ценообразования.
29. Бенчмаркинг как инструмент маркетинга.
30. Уникальное торговое предложение.

### **Товароведение**

1. Классификация и требования к упаковке товара.
2. Маркировка потребительских товаров.
3. Товарные склады. Склады торговых организаций.
4. Штриховое кодирование товаров.
5. Хранение товаров.
6. Качество товара. Факторы, формирующие качество продукции.
7. Предмет, цели, задачи и принципы товароведения
8. Понятие сертификации, ее формы и цели.
9. Общие сведения об экспертизе.
10. Тара, упаковка. Классификационные признаки к таре и упаковке, виды и типы.
11. Понятие номенклатуры товаров.
12. Классификация, ассортимент парфюмерных товаров.
13. Понятие товароведения. Этапы развития товароведения.
14. Общие требования к сертификации
15. Классификация продукции и товаров.
16. Приемка продукции. Порядок и условия приемки товаров.
17. Нормы естественной убыли.
18. Основные признаки классификации товаров.
19. Методы определения качества товаров
20. Основные понятия классификации товаров.
21. Ассортимент хлебобулочных изделий. Показатели качества.
22. Методы транспортирования продукции и товаров.
23. Правила приемки товаров по качеству.
24. Ассортимент колбасных изделий. Показатели качества, упаковка, маркировка.
25. Комплексное свойство надежности.
26. Эстетические свойства товара.
27. Физические свойства товара.
28. Химические свойства товара.
29. Биологические свойства товара.
30. Мерчендайзинг – основные приемы и инструменты.

## Маркетинговые исследования

1. Маркетинговое исследование и какова его роль в процессе принятия решений в маркетинге.
2. Разница между первичными и вторичными данными в маркетинговом исследовании. Приведите примеры каждого типа.
3. Какие методы сбора данных широко используются в маркетинговых исследованиях? Опишите преимущества и недостатки каждого метода.
4. Фокус-группы и как они могут быть полезны в маркетинговых исследованиях. Какие ограничения присущи этому методу?
5. Роль анкетирования в маркетинговом исследовании. Типы вопросов, применяемые в анкете.
6. Сегментация рынка и как она связана с маркетинговыми исследованиями. Перечислите и опишите наиболее распространенные методы сегментации.
7. Метрики и показатели, используемые для оценки результатов маркетинговых исследований. Факторы, способные повлиять на интерпретацию этих результатов.
8. Основные этапы процесса маркетингового исследования. Объясните каждый этап и его значение.
9. Репрезентативная группа в маркетинговых исследованиях. Приведите примеры.
10. Принцип генеральной совокупности в маркетинговых исследованиях.
11. Мониторинг как метод маркетинговых исследований.
12. Панельное исследование. Суть метода. Для изучения каких рынков наиболее удобно использовать данный метод.
13. Компьютерные программы обработки данных маркетинговых исследований.
14. Правила оформления отчета по маркетинговым исследованиям.
15. Правила оформления технического задания на проведение маркетингового исследования.
16. Роль анализа конкурентов в маркетинговом исследовании. Методы сбора информации о конкурентах.
17. Типы исследования рынка. Опишите особенности каждого типа исследования и его применение.
18. Роль анализа потребительского поведения в маркетинговом исследовании. Факторы, которые могут влиять на принятие потребителями решений.
19. Маркетинговая аналитика и методы анализа данных для извлечения полезной информации из маркетинговых исследований.
20. Роль технологий информационной обработки данных (например, искусственный интеллект, машинное обучение) в современных маркетинговых исследованиях.
21. Факторы, которые следует учитывать при разработке маркетинговой стратегии на основе результатов исследования рынка.
22. Оценка эффективности маркетингового исследования. Опишите методы оценки результатов.
23. Тенденции и вызовы, наблюдаемые в области маркетинговых исследований в современном мире. Приведите новые подходы и методы, которые становятся популярными.

24. Навыки и компетенции необходимые для успешного проведения маркетинговых исследований. Факторы, способные повлиять на качество и достоверность результатов исследования.
25. Бенчмаркинг, как инструмент маркетингового исследования.
26. Метод «Делфи», как инструмент маркетинговых исследований.
27. Омнибусное исследование. Суть исследования, преимущества и недостатки.
28. Правила составления вопросов для анкеты. Виды вопросов.
29. Виды интервью при проведении маркетингового исследования.
30. Методы набора участников интервью для проведения маркетингового исследования.

### **Курс 3**

#### **Группы УиА 21-1, УиА 21-2**

Направление и специализация подготовки: 041 Бизнес и управление  
0411 Бухгалтерское дело и налогообложение

Код и наименование специальности: 04110100 - Учет и аудит

Код и наименование квалификации(-ий): 4S04110102 - Бухгалтер

#### **Комплексный экзамен по дисциплинам:**

1. Финансовый учет.
2. Экономический анализ и анализ финансовой отчетности.
3. Аудит.

#### **Финансовый учет**

1. Накладные расходы, их состав и характеристика.
2. Учет займов банка.
3. Учет расчетов с разными дебиторами.
4. Основные средства, их группировка и оценка в бухгалтерском учете.
5. Учет расчетов с разными кредиторами.
6. Документация по учету труда и заработной платы.
7. Понятие метода бухгалтерского учета и характеристика элемента бухгалтерского учета.
8. Бухгалтерские документы, их роль и значение в учете. Классификация документов.
9. Оценка – стоимостное измерение объекта бухгалтерского учета.
10. Материальные запасы, их классификация и задачи учета.
11. Основные принципы организации бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта.
12. Документальное оформление и учет операций по кассе.
13. Виды инвентаризации.
14. Учет готовой продукции.
15. Понятие метода финансового учета, элементы метода финансового учета.
16. Методы начисления амортизации ОС.
17. Синтетические и аналитические счета и их взаимосвязь. Понятие о субсчетах.
18. Учет расчетов с бюджетом.
19. Документальное оформление и учет поступления основных средств.
20. Учет приобретения материальных ценностей и расчетов с поставщиками.

21. Оценка готовой продукции.
22. Инвентаризация и ее документальное оформление.
23. Учет толлинговых операций.
24. Документальное оформление и учет расчетов с подотчетными лицами.
25. Понятие калькуляции, ее значение, объекты калькуляции.
26. Учет нематериальных активов.
27. Учет аренды, виды аренды и документация.
28. Учет затрат основного производства.
29. Учет поступления, выбытия НМА.
30. Отраслевые особенности бухгалтерского учета.

### **Экономический анализ и анализ финансовой отчетности**

1. Цель, задачи и виды финансового анализа.
2. Информационная база финансового анализа.
3. Основы финансового анализа.
4. Методы анализа финансового положения.
5. Анализ собственного капитала.
6. Анализ кредитоспособности.
7. Анализ банкротства и оценка стоимости.
8. Анализ деловой активности организации.
9. Анализ ликвидности баланса.
10. Анализ платежеспособности предприятия.
11. Анализ абсолютных показателей денежных потоков.
12. Факторный анализ показателей прибыли.
13. Основы финансовой устойчивости
14. Факторный анализ показателей рентабельности.
15. Анализ финансовой устойчивости предприятия.
16. Основы анализа денежных потоков.
17. Концептуальная основа формирования финансовой отчетности.
18. Компоненты и системообразующие элементы финансовой отчетности, порядок ее представления.
19. Цель и задачи анализа бухгалтерского баланса и его чтение.
20. Экономическая интерпретация статей бухгалтерского баланса.
21. Анализ активов бухгалтерского баланса источников их формирования.
22. Анализ источников формирования активов.
23. Целевое назначение и способы составления отчета о движении средств.
24. Анализ движения денежных средств.
25. Анализ состава, структуры и движения капитала.
26. Основы анализа совокупного дохода.
27. Основы анализа платежеспособности.
28. Цель анализа угроз банкротства.
29. Способы составления анализа о движении денежных средств.
30. Ликвидность в анализе.

## Аудит

1. Стратегия локального аудита цикла оплаты и движения денежных средств.
2. Проверка денег и их эквивалентов.
3. Проверка кассы и кассовых операций.
4. Локальный аудит банковских операций.
5. Цель, задачи и программа системного аудита цикла инвестирования.
6. Предварительное тестирование финансово-инвестиционных операций.
7. Источники информации и процедуры системного аудита инвестиций.
8. Системная проверка по существу операций с инвестициями.
9. Программа функционального аудита дебиторской задолженности.
10. Выбор методов аудита дебиторской задолженности.
11. Анализ дебиторской задолженности.
12. Назначение функционального аудита цикла закупок.
13. Контроль формирования и использования запасов.
14. Локальный аудит готовой продукции и ее реализации.
15. Функциональный аудит системы управления запасами.
16. Стратегия специального аудита фиксированных активов.
17. Проверка на существенность информации о состоянии нематериальных активов.
18. Проверка операции по формированию и использованию основных средств.
19. Аудит учета ремонта и аренды основных средств.
20. Специальный аудит движения основных средств.
21. Сфера специального аудита обязательств.
22. Локальный аудит краткосрочных обязательств.
23. Проверка долгосрочных обязательств.
24. Специальный аудит кредиторской задолженности.
25. Тематический аудит расчетов с поставщиками и подрядчиками.
26. Контроль расчетов с бюджетом и оплате труда.
27. Цели и процедуры операционного аудита капитала.
28. Организационный аудит уставного капитала.
29. Функциональный аудит резервного капитала эмиссионного дохода.
30. Системный аудит нераспределенной прибыли (непокрытого убытка).

## Курс 2

### Группы ТР 22-3 (11 кл), ТР 22-4 (11 кл)

Направление и специализация подготовки: 101 Сфера обслуживания  
1015 Путешествия, туризм и досуг

Код и наименование специальности: 10150100 - Туризм

Код и наименование квалификации(-ий): 4S10150104 - Менеджер по туризму

### **Комплексный экзамен по дисциплинам:**

1. Организация туристской деятельности.
2. Экскурсоведение.
3. Английский язык (профессиональный).

## Организация туристской деятельности

1. Законодательство РК в области туризма как основа правовых отношений.
2. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором.
3. Потребительские свойства турпродукта.
4. Выявление нужд, приоритетов и тенденций спроса.
5. Структура туристского рынка.
6. Подходы и принципы создания туристского продукта, этапы разработки.
7. Характеристика ведущих туроператоров выездного, въездного и внутреннего туризма, анализ ассортимента их туристских услуг и продуктов.
8. Политическая стабильность в стране назначения как один из факторов, влияющих на создание туристского продукта.
9. Уровень развития туризма в стране назначения как один из факторов, влияющих на создание туристского продукта.
10. Туристский продукт и туристская дестинация.
11. Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта.
12. Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта.
13. Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта.
14. Факторы, способствующие реализации туристских услуг.
15. Туристские формальности: паспортные, визовые, валютные, таможенные, медицинский контроль.
16. Конкурентоспособность туристского продукта.
17. Конкурентные преимущества казахстанского турпродукта.
18. Специфика продвижения отечественного турпродукта на международных рынках.
19. Маркетинг - как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.
20. Особенности познавательных, лечебных, экстремальных и экологических туров в Казахстане.
21. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.
22. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания.
23. Стратегия развития туристского продукта, качественный и количественный анализ вероятных сценариев развития туристского продукта.
24. Жизненный цикл развития туристского продукта и туристский рынок.
25. Типы маршрутов и их характеристика. Сезонность в организации туров.
26. Каналы продвижения и реализации турпродукта.
27. Концепция жизненного цикла туристского продукта в анализе рынка туристских услуг.
28. Страны-конкуренты Казахстана на туристском рынке. Характеристика их продукта.
29. SWOT – анализ туристского продукта.
30. Системы стимуляции спроса и продвижения казахстанского турпродукта за рубежом.

## Экскурсоведение

1. Определение экскурсии. Основные признаки экскурсии.
2. Роль экскурсии в туристической индустрии.
3. Правовое регулирование туристско-экскурсионной деятельности.
4. Цели и задачи экскурсии.
5. Функции экскурсии.
6. Экскурсионный метод познания.
7. Виды и классификация экскурсий.
8. Особенности проведения обзорных экскурсий.
9. Особенности проведения исторических экскурсий.
10. Особенности проведения архитектурно-градостроительных экскурсий.
11. Особенности проведения литературных экскурсий.
12. Особенности проведения искусствоведческих экскурсий.
13. Особенности проведения производственных экскурсий.
14. Особенности проведения природоведческих экскурсий.
15. Особенности проведения музейных экскурсий.
16. Музеи и их место в структуре экскурсионно-выставочной деятельности.
17. Технология подготовки экскурсии. Основные этапы.
18. Выбор объектов экскурсии и составление маршрута экскурсии.
19. Структура индивидуального и контрольного текстов экскурсовода.
20. Особенности комплектования «Портфеля экскурсовода».
21. Методическая разработка экскурсии (Технологическая карта).
22. Утверждение экскурсии. Анализ и оценка разработанной экскурсионной услуги.
23. Показ в экскурсии.
24. Методические приемы показа.
25. Рассказ в экскурсии.
26. Методические приемы рассказа.
27. Сочетание показа и рассказа в экскурсии.
28. Критерии дифференциации экскурсионных групп.
29. Особенности экскурсионного обслуживания молодежных и детских групп.
30. Специфика профессии экскурсовода. Мастерство экскурсовода.

### Английский язык (профессиональный)

1. What are the challenges and opportunities in tourism?
2. The importance of vacations in human life.
3. The future of tourism industry.
4. Extreme activities in tourism.
5. How do travel agencies operate?
6. Impact of social media on travel choices of people. The role of social media in promoting tourism.
7. The job positions in tourism industry.
8. Hospitality in the context of tourism.
9. Explain the importance of air travelling for business tourists.
10. The role of advertisement in touristic sphere.
11. How can travelers manage their finances while travelling abroad.
12. How does weather forecast, or bad weather conditions affect tourism?

13. Culture and tourism: variety of forms of interaction.
14. The role of tour guides in tourism sphere.
15. Insurance and safety in tourism.
16. Importance of customer service in the tourism industry.
17. Name three types of accommodations available to tourists.
18. Tourist information center.
19. Define the term "tourism marketing".
20. Some common activities associated with adventure tourism.
21. Main components of the tourism industry.
22. What is wellness tourism.
23. Intercultural communication and language barrier.
24. Some examples of volunteer tourism.
25. How does cultural diversity attract tourists.
26. Name three famous world landmarks that attract tourists.
27. Religious tourism.
28. What are some examples of popular tourist attractions in your local area.
29. Cultural heritage tourism.
30. Domestic and ecotourism.

### **Курс 3**

#### **Группа ПД 21-1**

Направление и специализация подготовки: 023 Языки  
0231 Изучение языка

Код и наименование специальности: 02310100 Переводческое дело (по видам)

Код и наименование квалификации(-ий): 4S02310101 - Переводчик

#### **Комплексный экзамен по дисциплинам:**

1. Теория и практика перевода
2. Деловой иностранный язык и деловая переписка
3. Практика устной и письменной речи

#### **Теория и практика перевода**

1. Историческая эволюция переводческой деятельности: Древний Египет, Месопотамия. Перевод религиозных текстов.
2. Развитие переводческой деятельности в России (Древняя Русь, Россия до 17-в включительно). Возникновение и развитие лингвистической теории перевода в России.
3. Предмет и задачи теории перевода. Коммуникация как объект науки о переводе. Методы исследований в теории перевода.
4. Вклад А.В. Федорова в теорию перевода. Составные части теории перевода. Лексические трудности перевода (реалии, безэквивалентная лексика).
5. Вклад Я.И. Рецкера в переводоведение. Теория закономерных соответствий.
6. Языковые части (компоненты) и функции вербальной коммуникации согласно концепции Р. Якобсона.
7. Предмет теории перевода. Перевод как результат и как процесс. Перевод как основной вид межкультурной коммуникации.

8. Передача функционально-стилистических особенностей текста (оценочных коннотаций, аллюзий, цитат, диалектизмов и пр. средств).
9. Психолингвистическая классификация переводов. Различия в условиях выполнения письменного и устного перевода.
10. Устный перевод. Виды.
11. Жанрово-стилистическая классификация переводов. Различия в условиях выполнения письменного и устного перевода.
12. Перевод фразеологических единиц различных типов. Структура значения и особенности их перевода.
13. Перевод имен собственных и названий.
14. Последовательный перевод и его виды. Специфика работы последовательного переводчика. Переводческая скоропись.
15. Синхронный перевод. Лингвистические и организационные аспекты.
16. Лексические особенности перевода научно-технических текстов. Термин определение и требования к термину.
17. Особенности перевода газетно-информационных текстов.
18. Особенности перевода текстов разной жанровой принадлежности (газетно-информационных, художественных, специальной научной литературы, общественно-политической литературы, газетно-журнальной публицистики, ораторской речи и др.).
19. Формы стилистической адаптации.
20. Понятие адекватности и эквивалентности перевода. Уровни эквивалентности согласно теории В.Н. Комиссарова.
21. Понятие прагматического потенциала переводимого текста. Особенности воспроизведения прагматического потенциала текстов различных типов при переводе.
22. Семантическая структура слова. Денотативный и коннотативный макрокомпоненты значения слов. Внутриязыковое значение слова.
23. Переводческие соответствия. Основные виды переводческих соответствий.
24. Теоретические основы функционально-коммуникативной модели перевода и основные принципы ее использования в переводе.
25. Переводческие трансформации и их основные виды.
26. Переводческое калькирование.
27. Грамматические трансформации.
28. Понятие прагматики в языке и переводе. Виды прагматической адаптации перевода.
29. Критерии определения качества перевода. Основные типы переводческих ошибок и их вес в переводе.
30. Виды контекстов и их роль в переводе.

### **Деловой иностранный язык и деловая переписка**

1. The importance of business connections.
2. Business correspondence and its types.
3. Business trip.
4. Business environment: definition, features, importance.
5. Concept of leadership.
6. Full-time job: advantages and disadvantages.
7. Conducting business: definition and ways.
8. Part-time job: advantages and disadvantages.
9. Shift work: advantages and disadvantages.
10. Bank correspondence in business communication.
11. External business correspondence.
12. The difference between CV and resume.

13. Order placement process.
14. Corporate strategy: definition, types and examples.
15. Styles of negotiations.
16. Hotel correspondence.
17. Negotiation: definition, stages.
18. Negotiating techniques.
19. International business: meaning, importance and its forms.
20. Taxes and duties: meaning, examples and difference.
21. Internal business correspondence.
22. Cultural stereotypes in business communication.
23. Management.
24. Business leader. Professional and personal qualities of a leader.
25. Importance of business correspondence.
26. Ways of developing a successful brand. Brand awareness.
27. What kind of business would you like to launch. Start-up.
28. Factors that make it difficult to recruit qualified employees.
29. The importance of HR management.
30. Insurance policy.

### **Практика устной и письменной речи**

1. Travelling.
2. The role of cinematography.
3. School education in Kazakhstan and Great Britain
4. Genres of painting. Composition of the painting.
5. New approaches and technologies in education.
6. Art and creativity.
7. Family and society.
8. Reading for pleasure.
9. Theatre.
10. Environmental protection.
11. House. Apartment equipment.
12. Healthcare system in Kazakhstan and English-speaking countries.
13. On the world map.
14. Purchase. Supply and demand.
15. Vacation and travelling.
16. Choosing a career.
17. Feelings and emotions.
18. Mass media.
19. Values of past and nowadays.
20. Bringing up children.
21. Courts and trial.
22. Cultural differences and traditions.
23. Controversial issues.
24. Authentic food and cooking.
25. Future plans and goals.
26. Learning languages as a crucial part of intercultural communication.

27. Globalization and its effects on cultures.
28. Fashion and style trends.
29. Social media and its influence on person.
30. Philosophical discussions about life and existence.