

ТАҚЫРЫПТАР БОЙЫНША ПРАКТИКАЛЫҚ САБАҒЫ

1. Семинар сабағының тақырыбы. ИНСТРУМЕНТАЛДЫ ДЕҢГЕЙДЕГІ МАРКЕТИНГТІҢ БАҒА СТРАТЕГИЯЛАРЫ

2. Сабақтың мазмұны:

- 12.1 Маркетинг құралы ретінде бағаның ерекшеліктері
- 12.2 Баға белгілеу кезеңдері
- 12.3 Баға белгілеу әдістерін қолдану

3. Сабақтың мақсаты мен міндеттері: студенттерді маркетингті басқарудың негізгі категорияларымен, принциптерімен және механизмімен таныстыру; маркетингті басқарудың қолданыстағы үлгілері мен әдістерін зерттеу; стратегиялық және тактикалық маркетингті басқару дағдыларын дамыту; студенттерді маркетингті басқару саласындағы отандық және шетелдік тәжірибемен таныстыру; студенттерді маркетингті басқарудың тиімділігін бағалауға үйрету.

4. Техникалық (оның ішінде оқытудың да) және инструментальдық құралдар: слайдтар, презентациялар, электрондық оқулық, есептер.

5. Сабақтарды өткізу тәртібі:

- *Үйге берілген тапсырманы тексеру*
- *Тақырып бойынша теориялық білімді тексеру*
- *Өзін-өзібақылау сұрақтары:*

- 1.Маркетингті басқару кешеніндегі бағаның рөлімен орны қандай?
- 2.Бағаны басқаруда қандай маркетингтік шешімдер қолданылуы мүмкін?
- 3.Маркетингтік кешенді жасаудың шешуші кезеңі ретіндегі баға белгілеуді сипаттаңыз.
- 4.Баға белгілеу әдістерін анықтаңыз.
- 5.Тауардың сезілетін бағалылық тиімділігін өлшеу үшін қандай факторлар маңызды болып табылады?
- 6.Бәсекелестерге бейімделген баға белгілеуге сипаттама беріңіз.
- 7.Бәсекелестік шарттарындағы баға белгілеу бойынша маркетингтік шешімдер қандай?
- 8.Шешуші баға белгілеу кезінде қандай маркетингтік шешімдер қолданылады?
- 9.Бағадағы жеңілдік стратегиясын түсіндіріңіз.
- 10.Ынталандырылған баға белгілеуге қандай әдістер жатады