

## БӨЛІМ: КОЛЛЕДЖ

**Тауар. Тауарды қабылдау кезеңдері.**ЖАРИЯЛАНДЫ  
28.02.2020СІЛТЕМЕ  
<https://bilimger.kz/69786/>

Бекітемін

Директордың оқу ісі жөніндегі орынбасары:

\_\_\_\_\_ Молдахмет Э.Н.

Сабақтың тақырыбы: Тауар. Тауарды қабылдау кезеңдері.

Сабақтың мақсаты: а) Студенттерге тауарды қабылдау кезеңдері ережелерін оларды сақтау, бөлшектеу, анықтау туралы үйрету.

Б) Студенттердің белсенділігін дамыту, ой өрісін кеңейтуге дағдыландыру.

В) студенттерді, өмірге және білім алуды жалғастыруға тәртіпке, еңбекке баулу.

Сабақтың түрі: Аралас сабақ

Сабақтың типі: Көрсете отырып түсіндіру.

Сабақтың әдісі: Түсіндіру, баяндау, сұрақ-жауап, әңгімелесу.

Құрал жабдықтар, көрнекті құралдар: өлшеуіш құралдары, таразылар т.б.

Сабақ барысы: 1. Ұйымдастыру кезеңі.

Сәлемдесу, студенттерді түгендеу.

Сабаққа дайындықтарын тексеру.

2. Үй тапсырмасын сұрау.

А) Бөлшек сауда дегеніміз не?

Б) Шектеулі қызмет көрсететін бөлшек сауда кәсіпорындары туралы не білесің?

В) Сатып алу және тауар ассортиментін қалыптастыру деген не?

Жаңа сабақ

Маркетинг кешені 4-құрылымдық компоненттерден тұрады.

1. Тауар

2. Баға

3. Тарату әдістері

4. Ынталандыру әдістері.

Тауар дегеніміз-бұл мұқтаждықты немесе талап-тілектерді қанағаттандыратын және нарыққа назар аударту, сатып алу, пайдалану немесе тұтыну үшін ұсынылатын нәрселердің бірі. Олар объектілер, көрсетілген қызметтер, орындар, ұйымдар және идеялардан тұрады. Тауарды ойлап шығарушылар дайындайды. Және оны әзірлеген уақытта идеяны 3-деңгейде қабылдау қажет. 1. Ойдағы тауар. Бұл деңгейде сұрақтарға жауап беріледі. «Сатып алушы нақты нені сатып алады?» «сатып алушы қандай мұқтаждықты қанағаттандырады?» өйткені қандай да болсын тауар-ол белгілі бір проблеманы шешетін орау арқылы көрсетілетін қызмет.

2. нақтылы түрінде орындалған тауар, ол бес негізгі сипатымен сапасының деңгейімен, ерекшеліктер жинағымен, арнайы әшекейленуімен, маркалық атауымен, ерекше орауымен белгіленеді.

3. нығайтылған тауар:-тауарға қолдау ретінде қосымша көрсетілетін қызметтер мен пайдасын беру. Фирма тауарға үнемі қолдау жасап отыратын тиімді жолды іздеу қажет. Тауарлар әлемі ауқымды және сан алуан, сондықтан онда дұрыс бағыт ұстану үшін оны жіктеуде әр түрлі әрекеттер жасалып жатыр. Талғам,технология және бәсеке жағдайы тез өзгеріп отырауына байланысты фирма нарықтағы тауарға сүйене алмайды. Тұтынушы жаңа тауарды қалайды және талап етеді. Өз орнын табу үшін фирма оны жаңалықтармен, бағдарламамен қамтамасыз ету үшін барлық күш-жігерін жұмсайды. Компания жаңа тауарды екі жолмен сатып алуына болады.

1. сырттан алу (фирма, патент, лицензия арқылы )

2. өзінің күшімен.

Жаңа тауар немесе «жаңалық» деп соны бұйымдар жақсартылған немесе бар тауардың жетілдірілген нұсқаларын түсінеді.

Тауарды әзірлеу кезінде мынаны ескеру керек:

-жаңа тауарларды іске қосу және ескілерін жою.

-патенттік құқықтарды қорғау.

-тауарлардың сапасы мен қауіпсіздігі

-бұйымдардың сапасына кепілдік беру.

Жаңа тауар әзірлеудің негізгі кезеңдері:

**ҚМ АА** Күәлік нөмірі: **KZ45VPY00102718** — ҚР Мәдениет және Ақпарат министрлігі

© 2026 **Bilimger.kz** Ақпараттық-танымдық білім порталы. Барлық мазмұн авторлық құқықпен қорғалған.