

Դասընթացի անվանումը (կրթամոդուլի դասիչը)	ԳՆԱԳՈՅԱՅՈՒՄ (6ԷԻԿ085)
ECTS կրեդիտ	2 կրեդիտ
Դասընթացի պատասխանատու դասախոս	Բեգլարյան Անահիտ, տնտ.թ., դոցենտ
Ուսումնառության վերջնարդյունքներ	<p>Դասընթացի ավարտին ուսանողն ունակ կլինի.</p> <p><i>(գիտելիք և հմացություն)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • սահմանել գնագոյացման հիմնական հասկացությունները, • ներկայացնել գնագոյացման վրա ազդող գործոնները, • ցույց տալ գնագոյացման և մարքեթինգային հետազոտության փոխկապակցվածությունը, • ներկայացնել գնային ռազմավարությունը: <p><i>(կարողություններ)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • հաշվարկել և վերլուծել գնի մակարդակը, • որոշել յուրաքանչյուր ապրանքի համար առավել արդյունավետ գնագոյացման մեթոդները, • տիրապետել գնագոյացման մեթոդներին տարբեր շուկայական կառուցվածքներում:
Դասընթացի թեմատիկ ծրագիր	<ul style="list-style-type: none"> • Գնի դերն ու նշանակությունը: • Գնագոյացման խնդիրներն ու քաղաքականությունը: • Գնագոյացման մեթոդների ընտրություն: • Գնագոյացման ռազմավարություններ:
Դասընթացի գրականության ցանկ	<ul style="list-style-type: none"> • Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга, М., изд. Вильямс, 2000г., 679 с. ISBN: 5-8459-0072-7 • Котлер Ф. Основы маркетинга, М., изд. Прогресс, 1992г., 736 с. ISBN: 5-01-003642-8 • Самуэльсон П. Экономика, Севастополь, изд. Ахтиар, 1995г., 384с. • Фатхутдинов Р. Производственный менеджмент, учебник для вузов, СПб., изд. Питер, 2003г., 491 с. ISBN: 5-94723-674-5 • Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р., Экономика, пер. с англ. 2-го изд., М., изд. Дело, 2001г., 829 с.