

## Tárgytematika / Course Description

### Termék és árpolitika

KGLB\_MMTM011

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2022/23/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 15/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A termék és árpolitika oktatásával a 4P két olyan területének áttekintésére kerül sor, amelyek a marketingmunka sikerében fontos szerepet játszanak. A tárgy célja, hogy az elmélet és a gyakorlat megmutatásával és esettanulmányokon keresztül begyakoroltatásával felkészítse a hallgatókat a későbbi együttműködésre a vállalkozások egyéb funkcionális területeivel, például K+F, pénzügy.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét A termék marketingszemléletű értelmezése
- 2.hét Új termék piaci megjelenésének problémái
- 3.hét A termékfejlesztés kérdésköre
- 4.hét A termékpolitika módszertani eszközei
- 5.hét Termék- és versenykörnyezet elemzés
- 6.hét A termékek minősége, csomagolása és szimbolikus tartalma
- 7.hét Az árpolitika jelentősége és helye a vállalati funkciók között
- 8.hét Az árpolitika mikroökonómiai összefüggései
- 9.hét A piaci viszonyok, mint az árpolitikát meghatározó tényezők
- 10.hét Árképzési módszerek, az árpolitika stratégiai területei
- 11.hét Az árak és a fogyasztói magatartás
- 12.hét Az árak differenciálása, az árak és az értékesítési csatorna
- 13.hét Árpolitikai célok
- 14.hét Árpolitika és kereskedelem, a végső ár meghatározása

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A vizsgára adott pontszám alapján:

0 - 50 pont                      elégtelen

51 - 66 pont	elégséges
67 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

---

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Kötelező irodalom:

Huszka P.: Termék- és árpolitika. Egyetemi jegyzet, Universitas-Győr Nonprofit Kft., Győr, 1-263, 2011  
Kotler P., Keller K. L.: Marketingmenedzsment (kijelölt fejezetei). Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012

Ajánlott irodalom:

Huszka P.: A marketing alapösszefüggései. UNIVERSITAS–GYŐR Nonprofit Kft. Győr, 2015  
Szakály Z. (szerk.): Élelmiszer-marketing (kijelölt fejezetei). Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017