

Tárgytematika / Course Description Termék és árpolitika

KGLB_MMTM011

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2023/24/2

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 vizsga az "Impera" rendszerben történik. A vizsgára adott pontszám alapján:

0 - 50 pont elégtelen

51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

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

AJÁNLOTT IRODALOM / RECOMMENDED MATERIAL

Huszka P.: A marketing alapösszefüggései. Universitas-Győr Nonprofit Kft., Győr, 2015

Szakály Z. (szerk.): Élelmiszer-marketing (kijelölt fejezetei). Akadémiai Kiadó, Bp., 2017