

Tárgytematika

Termék- és árpolitika

LGB_SV016_1

Tárgyfelelős neve: dr. Huszka Péter

Félév: 2011/12/1

OKTATÁS CÉLJA

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

A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	A termékek marketing szemléletű értelmezése.
2. hét	Termékszintek, termékek osztályozása.
3. hét	A termék, mint elfogadott érték a vevő számára.
4. hét	A termékmenedzsment és a vállalati kínálat.
5. hét	A termékpolitika módszertani segédeszközei, az újtermék - politika.
6. hét	Új termékek tervezése, kifejlesztése és piaci bevezetése.
7. hét	A piaci bevezetés, a kutatás és fejlesztés valamint a marketing együttműködése.
8. hét	Az árak és a fogyasztói magatartás.
9. hét	Árak, költségek, nyereség, az árak differenciálása.
10. hét	Termékcsaládok árazása.
11. hét	Az árak menedzselése és árpolitika a kereskedelemben.
12. hét	Az ártárgyalás célja és folyamata.
13. hét	Árak a nemzetközi marketingben.
14. hét	Árképzés a gyakorlatban - esettanulmány.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele: A kiadott feladat (szakirodalmi adatfeldolgozás, vagy beadandó feladat) határidőre történő benyújtása, a ZH minimum 50% -os teljesítése, részvétel a szemináriumok on (maximum 2 hiányzás)

Beadandó feladat, vizsga

Beadandó feladat és prezentáció 30 pont

ZH eredménye 10 pont
Írásbeli vizsga 60 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez)
Vagy
Beadandó feladat és prezentáció 30 pont
ZH eredménye 10 pont
Szóbeli vizsga 60 pont

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre 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

Huszka Péter: Termék- és árpolitika egyetemi jegyzet
Reketttye Gábor: Értékteremtés a marketingben, KJK - Kerszöv, Budapest, 1997.
Reketttye Gábor: Az ár a marketingben, KJK - Kerszöv, Budapest, 2002.

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művek ből:

Töröcsik Mária - Varsányi Judit: Termékstratégia emocionális és racionális közelítésben, Nemzeti Tankönyvkiadó, Bp. 2001
Józsa László: Marketingstratégia KJK - Kerszöv, Budapest, 2003.
Kotler, P.: Marketingmenedzsment. KJK - Kerszöv, Budapest, 2006.