

## Tárgytematika / Course Description

### Termék- és árpolitika

LGB\_SV016\_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2014/15/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 12/0/0

### 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 keresztüli begyakoroltatásával felkészítse a hallgatókat a későbbi együttműködésre a vállalkozások egyéb funkcionális területeivel, például K+F, pénzügy.

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

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

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

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

**Beadandó feladat, vizsga**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Beadandó feladat és prezentáció | 20 pont   |
| ZH eredménye                    | 20 pont   |
| Írásbeli vizsga                 | 60 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez) |
| Vagy                            |   |
| Beadandó feladat és prezentáció | 20 pont   |
| ZH eredménye                    | 20 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 / OBLIGATORY MATERIAL**

Huszka Péter: Termék- és árpoltika, Universitas-Győr Kft., 2011

**Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:**

Rekettye Gábor: Értékteremtés a marketingben, KJK – Kerszöv, Budapest, 1997

Kotler, P.: Marketingmenedzsment. KJK - Kerszöv, Budapest, 2006.