

Tárgytematika / Course Description

Termék- és árpolitika

LGB_SV016_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2015/16/1

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 keresztül 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 árpolitika, 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.