

## Tárgytematika / Course Description

### Termék-és márkasztratégia

KGLM\_MMTM024

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév / Semester: 2019/20/2

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 tárgy a vállalati stratégia alapismereteinek egy kiemelten fontos területét bővíti sokszínű, sajátos rendszerbe foglalt marketing, termékfejlesztési és márkasztratégia ismeretekkel, a termék- és márkasztratégia kialakításának és menedzselésének folyamatmodelljével.

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

A marketing eszköztár és marketingkultúra középpontjában áll a termék tervezése, a termékpolitika, amely önmagában is a vállalatok komoly sikertényezője. A termék kör versenyképessége nagymértékben függ a termékfejlesztés marketing alapozásától, a márkasztratégia pedig - az egyedi versenyelőny bizonyítékaként - a terméksor alakulását viheti sikerre. A tantárgy friss hazai szakirodalomra, és annak háttérét képező nemzetközi irodalomforrásokra támaszkodva készíti fel a hallgatókat a termék- és márkasztratégia elméleti megfontolásainak és marketing tapasztalatainak gyakorlati alkalmazására.

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

A félév aláírásának feltétele:

Egyéni beadandó feladat készítése a kiadott vázlat alapján:

max. 40 pont.

Számonkérés, értékelés módja:

Írásbeli/szóbeli vizsga

Érdemjegy az írásbeli/szóbeli vizsga pontszám alapján:

60 pont az kérdésekre,

+ 40 pont az évközi munka alapján.

0 - 60 pont	elégtelen
61 - 70 pont	elégséges
71 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó

**KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Reketye-Hetesi: Kínálatmenedzsment, Akadémiai kiadó

Kotler-Keller: Marketingmenedzsment 2012, Akadémiai Kiadó