

Tárgytematika / Course Description

Termék-és márkastratégiák

KGLM_MMTM024

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév / Semester: 2020/21/2

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 márkacépzési ismeretekkel, a termék- és márkacépzés 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 termékkör versenyképessége nagymértékben függ a termékfejlesztés marketing alapozásától, a márka pedig - az egyedi versenyelőny bizonyítékaként - a terméksors alakulását viheti sikerre. A tantárgy friss hazai szakirodalomra, és annak háttérét képező nemzetközi irodalomforrásokra támaszkodva készíti fel a hallgatókat a termék- és márkacépzés elméleti megfontolásainak és marketing tapasztalatainak gyakorlati alkalmazására.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'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 pontszáma 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
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Rekettye-Hetesi: Kínálatmenedzsment, Akadémiai kiadó

Kotler-Keller: Marketingmenedzsment 2012, Akadémiai Kiadó