



# **TANTÁRGYI ADATLAP**

## **MARKETING II.**

### **BMEGT20AT04**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETING II.

### Azonosító

BMEGT20AT04

### A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	3
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés  
(minőségértékelés)

### típusa

vizsgaérdemjegy

### Kreditszám

3

### Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

Dr. Bíró-Szigeti Szilvia	egyetemi docens	szigeti.szilvia@gtk.bme.hu
--------------------------	-----------------	----------------------------

### Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

### A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

### A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Ipari termék- és formatervezői alapszak (BSc)**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **6**

---

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.05.29.) az 580439/11/2024 iktatószámmon hozott határozatával, amely érvényes 2024.05.29-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A hallgatók korszerű, a gyakorlatban alkalmazható ismereteket szereznek a fogyasztói igényeket középpontba állító termékinnovációs döntésekről, a döntések marketing tevékenységeiről és módszereiről. Kiemelt fókuszot kap a projekt alapú vállalati termékfejlesztési megoldások marketing megközelítése, amelyhez az elméletben tanult modelleket és módszereket tudják a hallgatók gyakorlatorientált formában alkalmazni.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. A tantárgy sikeres teljesítésével a hallgató megismeri a terméktervezői szakterülethez szervesen kapcsolódó marketing és menedzsment szakterületek alapjait, azok határait és követelményeit, adatgyűjtési módszereket, a csoportmunka etikáját és módszereit.
2. A termékfejlesztési és innovációs modell szerint haladnak a hallgatók, azonban a termékpolitikai elemek és stratégiai eszköztár is részletesen bemutatásra kerül, többek között: az innováció és termékfejlesztés alapfogalmai és az újtermék-marketing tárgya; a termékfejlesztés és -konceptióalkotást támogató piacelemzési módszerek; a márkázás alapjai, a termék-életciklus elméletek a termék fogyasztói elfogadásának figyelembe vételével; az új termék tervezésének és piaci bevezetésének folyamata egyéb eszközök bemutatásával.

#### Képesség

1. A hallgató képessé válik gyakorlati problémák tapasztalati úton való megoldásán keresztül új ismeretek elsajátítására, képes projekteket kezdeményezésére, összeállítására és kivitelezésére team munkában, elsősorban multidiszciplináris környezetben.
2. Az elméleti anyagok gyakorlati alkalmazását a következő folyamaton keresztül végzik el: (1) Kutatás, elemzés: piacvizsgálat, (2) Stratégia: STP, stratégiaalkotás, (3) Tervezés: programok, marketing-mix kialakítás, (4) Megvalósítás: szervezés, tervek végrehajtása, (5) Ellenőrzés: értékelés és korrekció.

#### Attitűd

1. A hallgató a témák elsajátításával piac-, környezet- és vevőorientált módon közelít meg egy tervezési folyamatot. Nyitott saját tudásának a munkatársai felé való átadására. Megismeri a terméktámogató egyéb szolgáltatások és márkázási tevékenység feltételeit és eszköztárát.

#### Önállóság és felelősség

1. A tantárgy sikeres teljesítésével felkészül az innovációs és terméktervezési folyamatok koordinálására, és arra, hogy a workshopokon, meetingeken felmerülő ötleteket közös eredményként értékeli és használja fel.

### Oktatásmódszertan

Előadások, önállóan és csoportmunkában készített feladatok.

### Tanulástámogató anyagok

- Vágási Mária: Újtermék marketing. Nemzeti Tankönyvkiadó. 2001
- Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék: Marketing – Fókuszban a termék, Typotex Kiadó, 2017
- Letölthető anyagok: <https://edu.gtk.bme.hu> weboldalon –

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése szorgalmi időszak alatti és vizsgaidőszak alatti teljesítményértékelés alapján történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszak alatti teljesítményértékelés: 1. Összegző tanulmányi teljesítményértékelés: a tantárgy és tudás, képesség típusú kompetenciaelemeinek komplex, írásos értékelési módja zárthelyi dolgozat formájában, a dolgozat alapvetően a megszerzett ismeretek alkalmazására fókuszál, így a problémafelismerést és -megoldást helyezi a középpontba, azaz gyakorlati feladatokat kell megoldani a teljesítményértékelés során, az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg a gyakorlatvezetővel egyetértésben. 2. Részteljesítmény értékelés (projektmunka + prezentáció): a tantárgy tudás, képesség, attitűd, valamint önállóság és felelősség típusú kompetenciaelemeinek komplex értékelési módja, melynek megjelenési formája az egyénileg vagy csoportosan készített házi feladat, a házi feladat tartalmát, követelményeit, beadási határidejét értékelési módját a gyakorlatvezető határozza meg. B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés: A vizsga elemei: 1. Összegző tanulmányi teljesítményértékelés: a tantárgy és tudás, képesség típusú kompetenciaelemeinek komplex, írásos értékelési módja vizsga formájában, a dolgozat alapvetően a megszerzett ismeretek alkalmazására fókuszál, így a problémafelismerést és -megoldást helyezi a középpontba, azaz gyakorlati feladatokat kell megoldani a teljesítményértékelés során, az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg a gyakorlatvezetőkkel egyetért

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- Összegző tanulmányi teljesítményértékelés (zárthelyi dolgozat): 50
- Részteljesítmény értékelés (projektmunka és prezentáció): 50
- Összesen: 100

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- Összegző tanulmányi teljesítményértékelés (zárthelyi): 40
- Összegző tanulmányi teljesítményértékelés (vizsga): 20
- Részteljesítmény értékelés (házi feladat: + projektmunka + prezentáció): 40
- Összesen: 100

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírás megszerzésének feltétele, hogy az összegző tanulmányi teljesítményértékelés (zárthelyi) és a részteljesítmény értékelés (projektmunka + prezentáció) együttes hallgatói eredménye elérje a minimum 50%-ot.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	87–94
Jó	75–86
Közepes	63–74
Elégséges	50–62
Elégtelen	0–49

### Javítás és pótlás

1. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik. 2. A projektmunka és a prezentáció nem pótolható, a beadási határidő és a feladat ismertetése az órán kerül meghirdetésre. 3. A zárthelyi dolgozat pótlása és javítása a TVSZ szerint, előre meghirdetett időponban történik.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	42
félévközi készülés a gyakorlatokra	10
felkészülés a teljesítményértékelésekre	5
projektmunka elkészítése + prezentáció	18
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	5
vizsgafelkészülés	10
összesen	90

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőlet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 05.06-án. Érvényes 2024.05.06-tól.

# III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

## TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

### A félévben sorra vett témák

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint

- 1 Az innováció és termékfejlesztés alapfogalmai.
- 2 Az újtermék-marketing tárgya.
- 3 Piacelemzés alapjai.
- 4 A termékfejlesztés és -konceptióalkotást támogató piacelemzési módszerek.
- 5 Keresletelemzés, piacszegmentálás, célpiacválasztás és pozicionálás.
- 6 Márkázás alapjai.
- 7 Márkamenedzsment.
- 8 A termék-életciklus menedzsment.
- 9 A termék fogyasztói elfogadása.
- 10 Új termék tervezésének folyamata.
- 11 Új termék piaci bevezetése.
- 12 Termék- és márkastratégiai döntéseket támogató eszközök.
- 13 Hallgatói prezentációk.
- 14 Összefoglaló előadás.
- 15 Vizsgafelkészítés.

### További oktatók

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.