



SUBJECT DATASHEET

MARKETING II.

BMEGT20AT04

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

MARKETING II.

ID (subject code)

BMEGT20AT04

Type of subject

contact lessons

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	3
Practice	0
Laboratory	0

Type of assessment

exam grade

Number of credits

3

Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
Dr. Bíró-Szigeti Szilvia	associate professor	szigeti.szilvia@gtk.bme.hu

Educational organisational unit for the subject

Department of Management and Business Economics

Subject website

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

Language of the subject

magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms

Programme: **BSc in Industrial Design Engineering**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **6**

Direct prerequisites

Strong None

Weak None

Parallel None

Exclusion None

Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 580439/11/2024 registration number. Valid from: 29.05.2024.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The students can acquire modern, practicable knowledges about product innovation decisions that focus on consumer needs, about the marketing activities and methods of decisions.

Academic results

Knowledge

1. The students with successful completion of the subject can learn the basics, borders and requirements of marketing and management specialities related to the product design field, data collection methods, the ethics and methods of teamwork.
2. Students progress according to the product development and innovation model, however, product policy elements and strategic tools are also presented in detail, including: the basic concepts of innovation and product development and the subject of new product marketing; market analysis methods supporting product development and concept creation; the basics of branding, product life cycle theories, taking into account consumer acceptance of the product; the process of designing and introducing a new product to the market by presenting other tools.

Skills

1. The student becomes able to acquire new knowledge through the empirical solution of practical problems, to initiate, build up and accomplish projects in teamwork, firstly in multidisciplinary environment.
2. The practical application of theoretical materials is carried out through the following process: (1) Research, analysis: market research, (2) Strategy: STP, strategy creation, (3) Planning: programs, marketing mix design, (4) Implementation: organization, execution of plans, (5) Control: evaluation and correction.

Attitude

1. By acquiring of topics the student can approach a design process in a market, environment and customer-oriented way. Open to the transfer of their knowledge to colleagues.

Independence and responsibility

1. The students with successful completion of the subject can be prepared to coordinate innovation and product design processes, and for that to evaluate and use the ideas coming from workshops and meetings, as a common results.

Teaching methodology

Lectures, tasks performed independently and in teamwork

Materials supporting learning

- 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. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

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

Performance assessment methods

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 gyakorlatvezetővel egyetért

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

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

Percentage of exam elements within the rating

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

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

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

Issuing grades

Excellent	95
Very good	87–94
Good	75–86
Satisfactory	63–74
Pass	50–62
Fail	0–49

Retake and late completion

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.

Coursework required for the completion of the subject

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

Approval and validity of subject requirements

Consulted with the Faculty Student Representative Committee, approved by the Vice Dean for Education, valid from: 06.05.2024.

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

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.

Additional lecturers

Approval and validity of subject requirements