



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**TERMÉK- ÉS MÁRKAMENEDZSMENT**

**BMEGT20ML45**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

**Tantárgy neve**

TERMÉK- ÉS MÁRKAMENEDZSMENT

**Azonosító**

BMEGT20ML45

**A tantárgy jellege**

kontaktórás tanegység

**Kurzustípusok és óraszámok**

| Típus        | óraszám |
|--------------|---------|
| Előadás      | 1       |
| Gyakorlat    | 0       |
| Laboratórium | 0       |

**Tanulmányi**

**teljesítményértékelés**  
**(minőségértékelés)**

**típusa**

vizsgaérdemjegy

**Kreditszám**

3

**Tantárgyfelelős**

| Neve                     | Beosztása       | Email címe                 |
|--------------------------|-----------------|----------------------------|
| 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: **Marketing MSc**  
Tantárgy szerepe: **Kötelező**  
Ajánlott félév: **2**

**Közvetlen előkövetelmények**

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| <b>Erős</b>              | Nincs |
| <b>Gyenge</b>            | Nincs |
| <b>Párhuzamos</b>        | Nincs |
| <b>Kizáró feltételek</b> | Nincs |

**A tantárgyleírás érvényessége**

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.05.29.) az 580439/11/2024 iktatószámon 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 termékpolitikai döntésekről, a döntések márkamenedzsmentet érintő tevékenységeiről és módszereiről. A tárgy fő célja, hogy a hallgató megismerje a marketing-mix egyik fő alappillérét, a termékpolitikai tevékenységeket és eszköztárat, valamint a hozzá rendelhető stratégiákat. A menedzsment szaknyelvi kifejezésekkel és ismeretanyagokkal a mérnöki és egyéb vállalati szakterületek közötti együttműködések megkönnyítését kívánjuk elősegíteni.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. A hallgató megismeri a marketing szakterülethez szervesen kapcsolódó termék- és márkamenedzsment szakterületek alapjait, azok határait és követelményeit, adatgyűjtési módszereket, a csoportmunka etikáját és módszereit.
2. Tudományos kutatások eredményeit és újszerű modellezési megoldásokat és szempontokat sajátít el a hallgató a következő témakörökben: a termék- és márkapolitika marketingfelfogása, keresletelemzési ismeretek, termék életgörbe menedzselése különböző piaci és vállalati esetekben, termékfejlesztési ismeretek, terméktámogató márkamenedzsment tevékenységek és stratégiák, továbbá stratégiai döntéseket támogató eszközök és modellek.

#### Képesség

1. A hallgató képessé válik gyakorlati problémák tapasztalati úton való megoldásán keresztül új ismeretek elsajátítására, képes projektek kezdeményezésére, összeállítására és kivitelezésére team munkában, elsősorban multidiszciplináris környezetben.

#### Attitűd

1. A hallgató a témák elsajátításával piac-, környezet- és vevőorientált módon közelít meg egy tervezési folyamatot, kiemelt figyelemmel a márkázás emocionális hatásaira.
2. Nyitottá válik saját tudásának a munkatársai felé való átadására.

#### Önállóság és felelősség

1. A tantárgy sikeres teljesítésével felkészül az termékfejlesztési és márkázási folyamatok vállalati szintű koordinálására.
2. Képes lesz termék- és márkafejlesztési javaslatokat tenni több szakterületet is átfogó módon.

### Oktatásmódszertan

Előadások, önállóan és csoportmunkában készített feladatok.

### Tanulástámogató anyagok

- Bíró-Szigeti Szilvia: Termék- és márkamenedzsment. Oktatási segédanyag. 2019.
- 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 évvégi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés) alapján történik.

#### Teljesítményértékelési módszerek

Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés: Összegző tanulmányi teljesítményértékelés: a tantárgy és tudás, képesség típusú kompetenciaelemeinek komplex, írásos értékelési módja vizsgadolgozat formájában, a dolgozat alapvetően a megszerzett ismeretek meglétére és azok alkalmazására fókuszál, így elméleti témákhoz kapcsolódó problémafelismerő és -megoldó feladatokat meg kell oldani a teljesítményértékelés során. Az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg.

#### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

#### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- Írásbeli vizsga: 100
- Összesen: 100

#### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírásnak nincs külön követelménye.

#### Érdemjegy-megállapítás

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

#### Javítás és pótlás

A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

#### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| részvétel a kontakt tanórákon | 6  |
| vizsgafelkészülés             | 84 |
| összesen                      | 90 |

#### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt 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 Termék- és márkapolitika marketingfelfogása.
- 2 Piacelemzés.
- 3 Termék életgörbe.
- 4 Új termék fejlesztése és piaci bevezetése.
- 5 Márkamenedzsment.
- 6 Termék- és márkastratégiai döntéseket támogató eszközök.

### 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.