



# **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

#### 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: 581046/15/2021. Valid from: 24.11.2021.

## 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.

#### 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.

#### 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 kettő évközi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés) és egy részteljesítmény értékelés alapján történik.

### Performance assessment methods

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 gyakorlatvezetőkkel egyetértésben, a rendelkezésre álló munkaidő 40 perc. 2. részteljesítmény értékelés (házi feladat): 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 egyetértésben, a rendelkezésre álló munkaidő 40 perc.

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

- összegző tanulmányi teljesítményértékelés (zárthelyi): 40%
- részteljesítmény értékelés (házi feladat): 40%
- összesen: 80%

### Percentage of exam elements within the rating

- összegző tanulmányi teljesítményértékelés (zárthelyi): 40%
- összegző tanulmányi teljesítményértékelés (vizsga): 20%
- részteljesítmény értékelés (házi feladat): 40%
- összesen: 100%

### Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Az aláírás megszerzésének feltétele hogy összegző tanulmányi teljesítményértékelés (zárthelyi) és részteljesítmény értékelés (házi feladat) minimum 50% eredménnyel szerepeljen a hallgató teljesítményénél.

### Issuing grades

Excellent	95-100
Very good	87-94
Good	75-86
Satisfactory	63-74
Pass	50-62
Fail	0-49

### Retake and late completion

1. A teljesítményértékelésekhez nem tartozik évközi követelmény. 2. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik. 3. A házi feladat nem pótolható, a beadási határidő és a feladat ismertetése az órán kerül meghirdetésre.

### Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	14×3=42
félévközi készülés a gyakorlatokra	0
felkészülés a teljesítményértékelésekre	2×10=20
házi feladat elkészítése	18
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	0
vizsgafelkészülés	10
összesen	90

### Approval and validity of subject requirements

0

# 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. Vizsgafelkészítés.

### Additional lecturers

### Approval and validity of subject requirements

0