

## Termék- és márkamenedzsment c. tárgyból

1. félév

GTMSK 107B, III. évfolyam, nappali BA  
képzésben résztvevő hallgatók számára

Dátum	Előadás témája
szeptember 6.	A marketing szemléletű terméktervezés jellemzői, összefüggései
szeptember 13.	A termék, termékjellemzők, a termékek osztályozása
szeptember 20.	A termék és a vevő által elfogadott érték összefüggései
szeptember 27.	Formatervezés, design, ergonómia
október 4.	Márkázás (BRANDING)
október 11.	Márkaérték és mérése
október 18.	Márkapozicionálás, USP, UEP
október 25.	Termékinnováció szakaszai, ötletgyűjtési módszerek 1.
november 1.	Ötletgyűjtési módszerek 2.
november 8.	Üzleti elemzés és marketingstratégia
november 15.	A marketing szerepe a műszaki fejlesztés menedzselésében 1.
november 22.	A marketing szerepe a műszaki fejlesztés menedzselésében 2.
november 29.	Az árhatás becslése és az árkísérlet
december 6.	Zárthelyi dolgozat

**Követelmény:** Zárthelyi dolgozat sikeres teljesítése (50% feletti eredmény)

### **Kötelező irodalom:**

1. Nagy Szabolcs: Előadások ppt
2. Vágási Mária: Újtermék-marketing. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2001
3. Rekettye Gábor: Értékteremtés a marketingben. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest, 1997.
4. Geoffrey Randall: Márkázás a gyakorlatban, Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000.

### **Ajánlott irodalom:**

5. Gyöngyösy Zoltán – Lissák György: Stratégia, termékpolitika, termékdesign. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2005.

Miskolc, 2010. augusztus 19.

Dr. Nagy Szabolcs  
tanszékvezető, egyetemi docens