

## Termék- és márkamenedzsment c. tárgyból

1. félév

GTMSK 107BL, III. évfolyam, levelező Ker-Mark BA  
képzésben résztvevő hallgatók számára

Dátum	Előadás témája
	A marketing szemléletű terméktervezés jellemzői, összefüggései A termék, termékjellemzők, a termékek osztályozása A termék és a vevő által elfogadott érték összefüggései
	Formatervezés, design, ergonómia Márkázás (BRANDING) Márkaérték és mérése
	Márkapozicionálás, USP, UEP Termékinnováció szakaszai, ötletgyűjtési módszerek
	Üzleti elemzés és marketingstratégia A marketing szerepe a műszaki fejlesztés menedzselésében.
	Gyakorlat Az árhatás becslése és az árkísérlet
	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