

## Marketing game

c. tárgyból

GTMASK109BL, BA Kereskedelem és marketing szakos hallgatók számára

### A tantárgy általános célja:

A vállalati, ezen belül a marketing erőforrások hatékony, stratégiai szemléletű felhasználásának oktatása, szimulációs modell segítségével.

### A tárgy rövid bemutatása:

A Marketing játék egy a marketing döntések összefüggéseit, hatásait, komplexitását szemléltető szimulációs program. A játék résztvevői azonos iparágban, ugyanolyan kiinduló állapotból rajtolva vezetik virtuális vállalatuk marketing osztályát. A játék során az egyes csapatok eredményének alakulása a saját teljesítménytől, stratégiától, illetve a versenytársak tevékenységéből is függ.

A játék 3 egymást követő szintből épül fel, egyre komplexebb döntések meghozatalát igényli a résztvevőktől. A játék fő döntési pontjai:

- Termékdöntések: termékparaméterek, K+F döntések, termelésprogramozás
- Árazási döntések: termék árazás csatornánként, értékesítés ösztönzés csatornánként.
- Disztribúciós döntések: Kereskedelmi képviselők száma csatornánként, értékesítési jutalék, disztribúció intenzitása
- Marketingkommunikációs döntések: reklámkölségvetés, vevőszolgálati költségvetés, reklám típusa

A játékosok döntésének meghozatalát segítik az állandó iparági jelentések, illetve a külön megrendelhető marketing kutatások.

A játék során csapatok versenyeznek egymással ezáltal a játék fejleszti a team-munka készségét is.

### A félév menete:

A félév során 2 kontaktórát tartunk. Az első három foglalkozás keretében ismertetésre kerülnek a játék szabályai, a szimulációs marketing környezet különböző szintjei, és a féléves követelmények. Az utolsó foglalkozások keretében kerül sor az elért eredmények kihirdetésére és a hallgatói csoportok prezentációira. A kontaktórákon kívül a hallgatóknak hétről hétre marketingdöntéseket kell hozni, amihez az előző periódusok eredményeit kell felhasználni.

### Számonkérés módja:

A félév gyakorlati jeggyel zárul, melynek feltétele a döntésekben való aktív részvétel és a döntések időben történő leadása, valamint a félév végén prezentáció tartása. A jegy kialakításában 50% az elért helyezés, 50% a stratégiai prezentáció.

Miskolc, 2010. augusztus 30.

Dr. Nagy Szabolcs  
tanszékvezető, egyetemi docens