

Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Kaposvár, Guba Sándor u. 40.

TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER

Tantárgy neve: *Termékstratégia*

Tantárgy kódja(i): *3BMAR2TST*

Képzési szint: *FOSZK/alapképzés/mesterképzés*

Szak(ok) neve(i): *Kereskedelem és marketing, Gazdasági- és vidékfejlesztési agrármérnök*

Tagozat: *nappali/levelező*

Óraszám (ea/gy): *2+1*

Értékelési forma: *kollokvium/gyakorlat*

Tantárgyfelelős oktató: *Böröndi-Fülöp Nikoletta*

Előadás- és gyakorlatvezető oktatók: *Böröndi-Fülöp Nikoletta*

Tantárgyat gondozó tanszék neve: *Marketing és Kereskedelem Tanszék*

Tanszékvezető neve, beosztása: *Szigeti Orsolya, egyetemi docens*

A tematika és követelményrendszer érvényessége: *2015/2016 tanév 2. félév*

A tantárgy céljai:

A tantárgy képzési célja, hogy a hallgatók megismerjék a termék értelmezését gyártói és fogyasztói szempontból egyaránt. Elsajátítsák azokat a stratégiai döntéseket, amelyek egy vagy több szempontból is meghatározzák egy-egy termék vagy szolgáltatás piaci kelendőségét és tartósságát.

Követelmények és az értékelés módja:

A félév elismerésének feltétele az évvégi zárthelyi dolgozat elégségesre való teljesítése, valamint egy 5-10 oldalas esettanulmány és egy ppt elkészítése, melyet utolsó órán prezentálni kell.

Az érdemjegyet 40%-ban a zárthelyi dolgozat, 50%-ban a tanulmány, a prezentáció és a vitakészség, 10%-ban pedig az órai munka határozza meg, amely alapján jegymegajánlás történhet.

A tantárgy témakörei:

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA	SZEMINÁRIUM TÉMA
1.	előadás szeminárium	A termék mint a realitás és a szimbolikus tartalom elegye	A termék szimbolikus tartalma a gyakorlatban
2.	előadás szeminárium	A termék gondolat – a tervezés fázisa.	Saját új termék tervezése
3.	előadás szeminárium	A termékstratégiai fa döntései – a piaci lét előkészítése.	A termékstratégiai fa döntései a saját termék példáján
4.	előadás szeminárium	A termék versenykörnyezetben – a vásárlás.	A saját termék részelemeinek, copy stratégiájának tervezése
5.	előadás szeminárium	A termék élő környezete – a fogyasztás.	A saját termék fogyasztói megítélésének vizsgálata 1.
6.	előadás szeminárium	A termékváltoztatás – a hosszú élet titka.	A saját termék lehetséges termékmódosításai
7.	előadás szeminárium	A termék és fogadtatása.	A saját termék fogyasztói fogadtatásának vizsgálata 2.
8.	előadás szeminárium	Szünet	Szünet
9.	előadás szeminárium	A termékdöntések eszköztára. A vevői elégedettség tükré.	Esettanulmány – Melba
10.	előadás szeminárium	A termékötlettől a termékstratégiáig.	Termékstratégia készítése a saját termékhez
11.	előadás szeminárium	Termékstratégia-modellek.	Esettanulmány – Oakley napszemüveg
12.	előadás szeminárium	Termékélmény.	Esettanulmány – Starbucks
13.	előadás szeminárium	Új utak a termékstratégiában.	Prezentációk előkészítése, kérdések megvitatása
14.	előadás szeminárium	Prezentációk bemutatása.	Prezentációk bemutatása.

Szakirodalom

Kötelező irodalom

ELŐADÁSOK ANYAGAI

BÖRÖNDI-FÜLÖP NIKOLETTA: Termékstratégia. Ebook tananyag, 2015.

Ajánlott irodalom

TÖRÖCSIK MÁRIA – VARSÁNYI JUDIT: Termékstratégia emocionális és racionális közelítésben. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 1998.

IZSÓ LAJOS – BECKER GYÖRGY: Termékélmény. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2011

Kaposvár, 2016. január 13.

Böröndi-Fülöp Nikoletta

Oktató aláírása

Becker György

Tanszékvezető aláírása