

Záróvizsga kérdéssor

Tantárgycsoport neve: **Marketing**

Neptun kódja: ZVEGT20ATMA

Kreditértéke: 6

Tantárgycsoportba sorolt tantárgyak:

- **Marketing I.** (BMEGT20AT03)
- **Marketing II.** (BMEGT20AT04)

Képzés: Ipari termék- és formatervezői alapszak (2N-AT0)

Tantárgyfelelősök:

- Dr. Szalkai Zsuzsanna, szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu
BME-GTK Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék
- Dr. Bíró-Szigeti Szilvia, szigeti.szilvia@gtk.bme.hu
BME-GTK Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgyak hatályos adatlapját a Gépészmérnöki Kar Oktatási Portálján tekintheti meg.

<https://oktatas.gpk.bme.hu/>

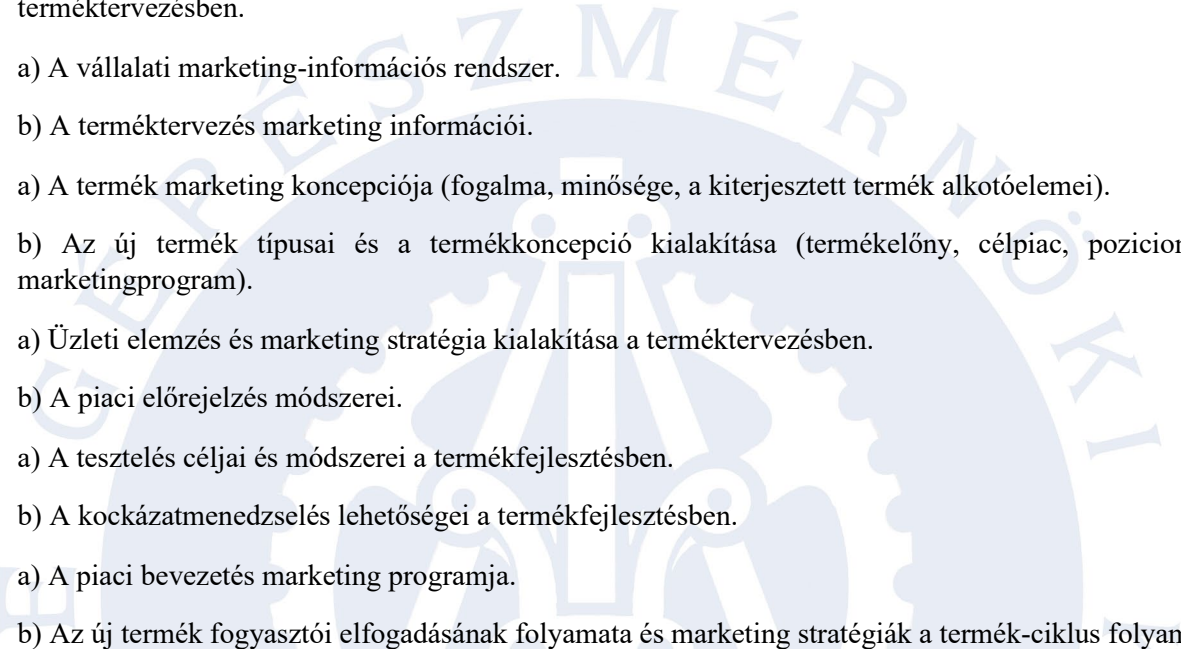
A vizsgafelkészülés előtt a kérdéssor időbeli hatályát mindig ellenőrizze az edu.gpk.bme.hu oldalon!

Érvényes: 2021. szeptember 1-től

Dr. Szalkai Zsuzsanna s.k.
egyetemi docens

Dr. Bíró-Szigeti Szilvia s.k.
egyetemi docens

1871

- 
- I. a) A marketing menedzsment folyamata és összefüggései a vállalati stratégiai tervezéssel.
b) A terméktervezés stratégiai és termékpolitikai alapjai.
 - II. a) A fogyasztói magatartás és a beszerzői magatartás modelljei.
b) A fogyasztói/felhasználó igények és preferenciák figyelembevételének lehetőségei és módszerei a terméktervezésben.
 - III. a) A vállalati marketing-információs rendszer.
b) A terméktervezés marketing információi.
 - IV. a) A termék marketing koncepciója (fogalma, minősége, a kiterjesztett termék alkotóelemei).
b) Az új termék típusai és a termék-koncepció kialakítása (termékelőny, célpiac, pozicionálás, marketingprogram).
 - V. a) Üzleti elemzés és marketing stratégia kialakítása a terméktervezésben.
b) A piaci előrejelzés módszerei.
 - VI. a) A tesztelés céljai és módszerei a termékfejlesztésben.
b) A kockázatmenedzselés lehetőségei a termékfejlesztésben.
 - VII. a) A piaci bevezetés marketing programja.
b) Az új termék fogyasztói elfogadásának folyamata és marketing stratégiák a termék-ciklus folyamán.