

## TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Márkázás nemzetközi környezetben
A tantárgy neve angol nyelven:	Branding in an International Context
A tantárgy kreditértéke:	3
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	BN-MARKNK-03-EA
A tantárgy besorolása:	kötelező
Az oktatás nyelve (ha az nem magyar):	magyar
A tantárgy gondozásáért felelős szervezeti egység:	Marketing Intézet
A tanóra típusa és óraszám:	Előadás, heti óraszám: 2, féléves óraszám: 0
Munkarend (nappali / levelező):	Nappali
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	[Marketing alapok (teljesítés)]

### A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A kurzus célja, hogy annak résztvevői megértsék a márkaépítési folyamatokat, illetve amennyiben bevonják őket valamilyen branding projektbe, tevékenységbe meglévő vagy leendő munkahelyükön, abban aktívan tudjanak részt venni.

Ennek kapcsán a hallgatók megismerik a márkaépítés legfontosabb lépéseit és azok alkalmazását.

Képesek lesznek marketingszemlélettel is tekinteni az egyes üzleti és más témákra.

Képesek lesznek márkamodell megalkotására, márkanév kitalálására és kiválasztására, szlogen megfogalmazására, logó és arculat kapcsán grafikus instruálására és hasonló feladatokra.

Mindez segíti őket, hogy akár marketingesként, akár marketingesekkel, reklámügynökséggel együtt dolgozó egyéb szakemberként átlássák a márkaépítés folyamatát, meg tudják hozni az azzal kapcsolatos legfontosabb döntéseket.

Ilyen döntések lehetnek még a fentiekén túl a célcsoport kiválasztása, a pozicionálás, a márkakiterjesztés is.

A myBRAND-hez is kötődően megismerik a személyes márkaépítés néhány alapelvét, melyet adaptálhatnak saját életükre, karrierjükre.

### A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A márkák körülvesznek minket, mégis érdekes, hogy milyen keveset tudunk róluk. Arról, hogy miként működnek, hogyan hatnak ránk, vagy egyáltalán arról, hogy miként születtek, hogy kapták a nevüket.

A kurzus ezt járja körül: bemutatja a márkás termékek/szolgáltatások előnyeit a fogyasztóknak, valamint a vállalatoknak. Körüljárja, hogy mennyire komplex rendszer a márkaépítés, milyen elemei vannak. Kitér arra, hogy miként mérhető a márkák értéke. Foglalkozik az egyes márkamodellekkel és alkalmazásukkal. Különösen nagy hangsúly lesz a márkanév kiválasztásán, valamint az ehhez kapcsolódó szlogen és logó, arculat kialakításán. Kiderül az is, hogy meddig terjeszthető ki a márka. A myBRAND-hez is kapcsolódva előkerül a kurzus során a személyes márkaépítés is.

Amennyiben lehetőség van rá, az órákon vett szakmai anyag egy részét külső előadó, vállalati szakember prezentálja majd - ebben az oktató aktívan számít a diákok segítségére.

A kontakt-alkalmakra írt minden egyes témakör részletes kibontására nem biztos, hogy lesz lehetőség az időbeli korlátok miatt, ám digitális anyagok (pdf-ek, linkek, hangalámondott PPT-k) segítik azok elsajátítását is, amire az órán nincs idő.

### A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A tárgy formája előadás, az ismeretek átadása így történik.

A tanulási tevékenységek közt megtalálható az előadás-hallgatás, és az abba való interaktív

bekapcsolódás - például időről-időre rövid tesztek is előfordulhatnak az órán, valamint az oktató is folyamatosan kérdez.

A diákok maguk is alakítják a tananyagot hozzászólásaikkal, példáikkal. Jó gyakorlatokat, érdekes reklámokat örömmel vesz e-mailben, CooSpace üzenetben is az oktató, azokat a tananyagba beépíti.

Ezen kívül a kötelező irodalom feldolgozása fontos, mely a Márkanév ereje című könyv meghatározott része.

További tanulási lehetőséget adnak a CooSpace-re feltöltött slide-ok, illetve bizonyos esetben hanganyagok.

Sok extra anyag érhető el a papp-vary.hu/markazas oldalon, melyek önállóan feldolgozhatók, fakultatív formában.

A hallgatóknak lehetősége van a vizsgát TDK munkával vagy más, hasonló, az órán ismertetett beadandóval kiváltani. Ezek során fontos netes feltáró munka, a szakirodalomfeldolgozás, a kutatás.

Szintén kiválhatja a vizsgát egy ismert marketing szakember vagy bármilyen híres ember vendéglőadásának megszervezése, az oktatóval egyeztetve.

### **A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:**

A vizsga célja, hogy látni lehessen, hogy a hallgató nemcsak érti, de alkalmazza is a tanultakat, a kérdések így vannak megfogalmazva.

Szintén fontos, hogy tisztában legyen az aktuális példákkal, ezért az elmúlt hetek, hónapok legfontosabb marketing hírei is a vizsga részét képezik.

A vizsga formája írásbeli teszt a CooSpace-en.

40 db feleletválasztós tesztkérdés, 20 perc alatt.

Minden kérdés esetében 4 válasz, melyből 1 helyes van.

A tesztek előtt lehetőség van próbateszt kitöltésére a CooSpace-en.

Értékes, ha a kurzus résztvevői maguk is javasolnak kérdéseket a tesztsorba.

A vizsgán a 40 kérdés, 40 pontot jelent.

50%-tól elégséges

62.5%-tól közepes

75%-tól jó

87,5%-tól jeles a jegy

A vizsga magas színvonalú, a témához kötődő TDK-dolgozattal vagy egyéb ismertetett beadandóval kiváltható.

Szintén kiváltható egy rendezvény megszervezésével, ismert marketinges vagy általában ismert ember vendéglőadásával.

Megajánlott jegy adható: Nem.

### **KÖTELEZŐ IRODALOM:**

- Papp-Váry Árpád: *A márkanév ereje : a sikeres brandépítés alapjai*. Dialóg Campus K., 2020

### **AJÁNLOTT IRODALOM:**

- *Márkamenedzsment [Elektronikus dokumentum]*. Akadémiai Kiadó, 2017
- Healey, Matthew: *Mi az a branding?*. Scolar, cop. 2009
- Pálfi Éva: *Vállalkozásból világmárka : brand, stílus, stratégia : így tervezz love brandet!*. Moare Design Kft., 2017
- Papp-Váry Árpád: *Márkázott szórakoztatás : a termékmegjelenítés nemzetközi és hazai alkalmazása*. Akad. K., 2014
- Papp-Váry Árpád: *Országmárkázás : versenyképes identitás és imázs teremtése*. Akadémiai K., 2019
- Pető Bence: *A tökéletes brandépítés : útmutató türelmetlen vállalkozóknak, hogyan csináljanak pénzt a tudásukból*. [Pető B.], 2019
- Roberts, Kevin: *Lovemarks : jövő a márkák után*. M. Kvklub, 2004
- Serfőző Péter: *Branding és a vizuális válasz : hogyan lesz a brandből arculat?*. Zwoelf Kft., 2020