



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**INTÉZMÉNYI MARKETING**

**BMEGT51S581**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

INTÉZMÉNYI MARKETING

### Azonosító

BMEGT51S581

### A tantárgy jellege

részidős képzés távoktatás / kontaktórák tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	8
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

### típusa

évközi jegy

### Kreditszám

6

### Tantárgyfelelős

*Neve*            *Beosztása*    *Email címe*

dr. Kata János mestertanár kata.janos@gtk.bme.hu

### Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Műszaki Pedagógia Tanszék

### A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

### A tantárgy oktatásának nyelve

magyar-HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Mentorpedagógus szak 2021/22/2 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **0**

---

Szak: **Mérési-értékelési pedagógus 2021/22/2 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **0**

---

Szak: **Közoktatási vezető szak 2021/22/2 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **4**

---

### Közvetlen előkövetelmények

**Erős**                    • alapképzési szakhoz kapcsolódó tanítói és vagy főiskolai szintű (BA/BSC) tanári oklevél és 3 év oktatási intézményben szerzett szakmai gyakorlat • mesterképzési szakhoz kapcsolódó egyetemi szintű (MA) tanári oklevél és 3 év oktatási intézményben szerzett szakmai gyakorlat

**Gyenge**                Nincs

**Párhuzamos**        Nincs

**Kizáró feltételek** Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2021.11.24.) az 581046/15/2021 iktatószámmon hozott határozatával, amely érvényes 2021.11.24-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgy célja: tapasztalatszerzés a köznevelési intézmények marketing munkájának lehetőségeiről, a frontvonal-menedzsment működéséről. A közszolgáltatásokra jellemző marketing-elemek megismerése, a szolgáltatások piacán megjelenő termékek marketingjének kivetítése a köznevelés/szakképzés területére. A köznevelési intézmények PR lehetőségeinek és azok megjelenítése módszertanának megismerése.

### Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri a csoportban való együttműködés technikáit
2. Ismeri szolgáltatásmarketing sajátosságait
3. Ismeri a frontvonal-menedzsment értékét a szervezeti kultúrában
4. Ismeri a marketing-technikákat

Képesség

1. Képes a minőségi szemléletre
2. Képes a csoportban való együttműködésre
3. Képes a folyamatok rendszerben való működtetésére

Attitűd

1. Nyitott lesz a gazdasági életben kipróbált és alkalmazott tervezési-szervezési módszerek, eljárások és technikák köznevelésben történő adaptációjára.
2. Fogékony lesz az új szervezési eljárások és technikák befogadására és azok saját tevékenységébe történő beépítésén és alkalmazásán túl a szervezeten belüli meghonosítására, elterjesztésére.
3. Együttműködésre fog törekedni a tervezési-szervezési feladatok megvalósítása során.

Önállóság és felelősség

1. Önállóan végzi a feladatok és problémák végiggondolását és adott források alapján történő megoldását,
2. Nyitottan fogadja a megalapozott kritikai észrevételeket.
3. Csoportmunkában a cél elérése érdekében autonóm módon, a csoport többi tagjával együttműködve (illetve esetenként azokat irányítva) mozgósítja elméleti és gyakorlati tudását, képességeit.

### Oktatásmódszertan

Kiseb bevezető előadás, sajátélményű egyéni és csoportos gyakorlatok, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata, opcionális önállóan és csoportmunkában készített feladatok.

### Tanulástámogató anyagok

- Dr. Kalicz Éva – Nagy Árpádné: Iskolamarketing, BME APPI MPT jegyzet, Budapest 2015.
- Berczellényé Nagy Marianna: Intézményi marketing a szakképző intézmények szervezeti kultúrájában (Köznevelési mestervezető szakdolgozat 2018, MPT MOODLE közokos rendszeren elérhető ajánlott irodalom)
- Bauer András – Berács József: Marketing, Aula Kiadó Kft. Budapest, 2002.
- Friss és aktuális weblapok, blogok magyar és angol nyelven

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2 pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése a kontaktórákat követő központi teszt kitöltésével.

### Teljesítményértékelési módszerek

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelés részletes leírása: • a kontaktórákon való 100%-os részvétel • központi feladatlap kitöltése (on-line) • a tantárgyi tudás, képesség, attitűd, valamint az önállóság és felelősség típusú kompetenciaelemek értékelése. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés részletes leírása: • nincs

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- központi feladatlap: 100 %

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- -: -

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

A foglalkozáson való részvétel.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	94% felett
Jeles	88–94%
Jó	75–87%
Közepes	62–74%
Elégséges	50–61%
Elégtelen	50% alatt

### Javítás és pótlás

A házi feladat, félévközi jegy és a vizsga a mindenkorai Tanulmányi és Vizsgaszabályzat előírásai szerint, a Térítési és Juttatási Szabályzatban előírt díjak megfizetése mellett pótolható.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel kontaktórán	8
felkészülés a félévközi jegy megszerzésére	120
gyakorló teszt kitöltése	40
vizsga (on-line teszt)	1
egyéb felkészülés	11

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2021.11.08-án. Érvényes 2021.11.08-tól.

# III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

## TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

### A félévben sorra vett témák

A 2.2 pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll: Tartalmi egységek Marketing  
alapfogalmak Vevőelégedettség • vevőérték • értéklánc • minőség és teljesítményminőség TQM stratégia Belső környezet • „vásárlói” magatartás a köznevelésben • partnerek elégedettségét befolyásoló tényezők a köznevelésben • a fogyasztói döntéshozatal folyamata • az intézményi erősségek és gyengeségek felmérése Minőségmenedzsment a közoktatásban • frontvonal-menedzsment a köznevelésben • a frontszemélyzet szabályozása • aktív ügyfélpolitika • panaszszituáció menedzsment • a panaszszituáció kezelésének alapelvei Az egyes félévben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 Marketing alapfogalmak
- 2 Vevőelégedettség
- 3 vevőérték
- 4 értéklánc
- 5 minőség és teljesítményminőség
- 6 TQM stratégia
- 7 Belső környezet
- 8 „vásárlói” magatartás a köznevelésben
- 9 partnerek elégedettségét befolyásoló tényezők a köznevelésben
- 10 a fogyasztói döntéshozatal folyamata
- 11 az intézményi erősségek és gyengeségek felmérése
- 12 Minőségmenedzsment a közoktatásban
- 13 frontvonal-menedzsment a köznevelésben
- 14 a frontszemélyzet szabályozása
- 15 aktív ügyfélpolitika
- 16 panaszszituáció menedzsment
- 17 a panaszszituáció kezelésének alapelvei

### További oktatók

- - -

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Műszaki Pedagógia Tanszék vezetője hagyja jóvá.