



TANTÁRGYI ADATLAP

Marketingmenedzsment

BMEGT20MN54

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

Marketingmenedzsment

Azonosító

BMEGT20MN54

A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

félévközi
érdemjegy

Kreditszám

3

Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

Dr. Szalkai Zsuzsanna	egyetemi docens	szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu
-----------------------	-----------------	------------------------------

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgy weblapja

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

A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU; angol - ENG

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Műszaki menedzser program MVT

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

Közvetlen előkövetelmények

<i>Erős</i>	Nincs
-------------	-------

<i>Gyenge</i>	Nincs
---------------	-------

<i>Párhuzamos</i>	Nincs
-------------------	-------

<i>Kizáró feltételek</i>	Nincs
--------------------------	-------

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2022.06.29.) az 580427/8/2022 iktatószámmon hozott határozatával, amely érvényes 2022.06.29-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy célja, hogy a résztvevők bevezetést kapjanak a menedzsment és a marketing területébe, értsék azok alapfogalmait, tájékozódjanak a két terület szervezeten belüli ötvözésének lehetőségeiről és ezek specifikumairól. Ezáltal cél, hogy a hallgatók jobban megértsék a menedzsment funkciók sajátosságait, a szervezetek jellemzőit és életciklusát, valamint a szervezet egészének kialakítási szabályait, az irányítási funkció sajátosságait. További cél hogy megértsék a marketingszakemberek rendelkezésére álló információk lényegét, útmutatást kapjanak a fogyasztókról és az üzleti piacról rendelkezésre álló adatok feldolgozásához, elemzéséhez. A hallgatók betekintést kapnak a piacszegmentálásba, a pozicionálásba és a piaci versenytársak elemzésébe is, melyeket ötvözve a menedzsment megfelelő eszközeivel képesek lesznek a vállalati marketingstratégia alapvető sajátosságait meghatározni. A témák tárgyalása során utalunk az ezekre épülő alkalmazható menedzsment és marketing módszerekre és azoknak a szervezetben gyakorolt hatására, eredményességére.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. ismeri a gazdálkodás- és szervezéstudomány fogalomkészlet minden fontosabb elemét, érti a közöttük felmerülő összefüggéseket.
2. áttekintéssel rendelkezik a szervezetek funkcionális egységeinek kölcsönhatásairól, a szervezetek működési gyakorlatáról különösen a marketing területén.
3. magabiztos módszertani tudással rendelkezik a menedzsment és a marketing különböző területein, érti és átlátja a tanult módszertanok alkalmazási lehetőségeit és kombinációs lehetőségeit.

Képesség

1. képes a menedzsment fejlődésével kialakult menedzsment funkciókhoz kapcsolódó alapvető elméletek és koncepciók és az ezekhez kapcsolható marketing koncepciók szintetizáló összevetésére, racionális érvek kifejtésére, a menedzsment és a marketing kommunikáció különböző szinterein zajló viták során véleménye megformálására és véleményének megvédésére.
2. képes felismerni a marketing és a menedzsment területén végbemenő folyamatok közötti összefüggéseket, kiválasztani és megtervezni az egységesen alkalmazható módszertanokat.
3. szakmai szóhasználatát során magabiztosan használja a menedzsment és a marketing szakkifejezéseket, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit.

Attitűd

1. elfogadja, hogy a szervezeti sajátosságok történetileg és társadalmilag meghatározottak és változóak.
2. elfogadja a magyar és az európai menedzsment és marketing eszköztár történeti és jelenkori sokszínűségét, és vállalja ezen értékeket képviselését.
3. nyitott a szakmai innováció minden formája iránt, befogadó, de nem gondolkodás nélkül elfogadó az elméleti, gyakorlati és módszertani újításokkal szemben mind a marketing mind a menedzsment területén.
4. tudatosan képviseli azon módszereket, amelyekkel saját szakmájában dolgozik, és elfogadja más tudományágak eltérő módszertani sajátosságait.

Önállóság és felelősség

1. Szakmai munkaközösségbe kerülve képes az ottani szakmai elvárásoknak megfelelően összetett feladatok elvégzésére, tervezésére, szervezésére illetve irányítására.
2. A szervezeti struktúrában elfoglalt helyének megfelelő önállósággal és felelősséggel szervezi munkáját.
3. Önálló, konstruktív és asszertív a szervezeten belüli (különösen a marketing és menedzsment) és kívüli együttműködési formákban.

Oktatásmódszertan

Előadások, opcionális önállóan és csoportmunkában készített feladatok, bemutatók.

Tanulástámogató anyagok

- Kötelező irodalom a tantárgyhoz készített jegyzet, a tanuláshoz felhasználható az előadásokon bemutatott slide show.
- Compulsory literature is the written material designed for the course, and the slideshows.

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A tantárgy folyamatos számonkérésű, az ismeretek felmérésére 1 zárthelyi dolgozat (50 pontos) szolgál.

Teljesítményértékelési módszerek

A ZH két részből áll. Az első rész az adott témakör fogalmaira, alapismereteire kérdez rá. Ez jellemzően tesztjellegű, esetleg rövid, néhány szavas válaszokat igénylő feladatokból, kérdésekből, számítási feladatból, illetve igaz-hamis állításokból állhat. A ZH-k második része az adott témakör átfogóbb, alaposabb ismeretét igyekszik felmérni. Ez a rész kifejtős, esszé jellegű kérdésekből áll. A félév során külön feladatok teljesítésével extra pontok szerezhetők.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- Összegző teljesítményértékelés (+aktív részvétel): 100
- Összesen: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	90-94
Jó	77-89
Közepes	64-76
Elégéses	50-63
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

A TVSZ szerint.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	28
felkészülés a teljesítményértékelésekre	62
összesen	90

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2022.06.13-án. Érvényes 2022.06.13-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. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 Marketing menedzsment bevezetés
- 2 Marketinginformációk elemzése
- 3 Fogyasztói piac és vásárlói magatartás
- 4 Üzleti piac és beszerzői magatartás
- 5 Marketingstratégia, versenytárs elemzés
- 6 Piacszegmentáció, célpia, pozicionálás, 4 P

További oktatók

Dr. Bernschütz Mária egyetemi adjunktus bernschutz.maria@gtk.bme.hu

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 Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.