



TANTÁRGYI ADATLAP

MARKETINGTERVEZÉS

BMEGT20ML70

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

MARKETINGTERVEZÉS

Azonosító

BMEGT20ML70

A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	1
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

3

Tantárgyfelelős

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

Dr. Bíró-Szigeti Szilvia, egyetemi docens szigeti.szilvia@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

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Marketing MSc

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: 4

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.05.29.) az 580439/11/2024 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2024.05.29-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy célja, hogy összefoglalja, mire is van szüksége egy marketingmenedzsernek egy vállalat marketing-stratégiájának a megtervezéséhez, valamint, hogy milyen lépéseken keresztül, milyen módszereket alkalmazva tud végighaladni ezen a folyamaton.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. A tantárgy sikeres teljesítésével a hallgató megismeri a marketing szakterülethez szervesen kapcsolódó marketingtervezési területeket, módszereket: a marketingterv felépítését és kidolgozását, ami tartalmazza a helyzetelemzést, célok és célkitűzések meghatározását, a marketingstratégia és stratégiai helyzetképösszeállítását, valamint az ár, a promóció, a piaci környezet meghatározását.

Képesség

1. A képzés során elsajátított módszereket és modelleket a hallgatók képesek lesznek összegezni és gyakorlati alkalmazásukat megvalósítani.
2. A tárgy tartalmaz szimulációs játékokra épülő csapatmunkát is, mellyel a hallgatók elsajátítják a csoportmunka etikáját és módszereit.

Attitűd

1. A hallgatók képessé válnak a marketingtervben is megjelenítendő gyakorlati problémák tapasztalati úton való megoldásán keresztül új ismeretek elsajátítására, képesek lesznek projektek kezdeményezésére, összeállítására és kivitelezésére team munkában, elsősorban multidiszciplináris környezetben.

Önállóság és felelősség

1. A tantárgy sikeres teljesítésével a hallgatók felkészülnek egy vállalat marketingtervének elkészítésére.
2. A tárgy komplex módon tartalmazza a marketing folyamatok vállalati szintű koordinálását is

Oktatásmódszertan

Előadások, csoportmunkában készített feladatok és házi feladatok.

Tanulástámogató anyagok

- Bíró-Szigeti Szilvia, Kovács István: Marketingtervezés. Oktatási segédanyag. 2019.
- Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék: Marketing – Fókuszban a termék, Typotex Kiadó, 2017
- További letölthető oktatási segédletek

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése évvégi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi és gyakorlati teljesítményértékelés) alapján történik.

Teljesítményértékelési módszerek

A. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 1. összegző tanulmányi teljesítményértékelés: a tantárgy és tudás, képesség típusú kompetenciaelemeinek komplex, írásos értékelési módja vizsgadolgozat formájában, a dolgozat alapvetően a megszerzett ismeretek meglétére és azok alkalmazására fókuszál, így elméleti témákhoz kapcsolódó problémafelismerő és -megoldó feladatokat meg kell oldani a teljesítményértékelés során. Az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg. 2. összegző gyakorlati teljesítményértékelés: A szorgalmi időszakban, 3-4 fős csapatban egy szimulációs gyakorlat teljesítése. A feladat során mind marketing, mind pénzügyi, mind pedig humán erőforrás kérdésekben kell dönteniük a hallgatóknak. Hallgatói egyeztetés alapján több fordulós is lehet a szimulációs gyakorlat! Ha a fordulóknál változás következik be, arról azonnal értesítést kapnak a tantárgy oktatási honlapján. Minden forduló az első előadáson elhangzott online felületen zajlik. Eredmények kiértékelése: minden döntés után az online felületen elérhető lesz az egyes csapatok adott, elért eredménye, melyre építve újabb döntéseket lehet majd hozni. A végső eredmény kiértékelésére az utolsó előadáson kerül sor.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- összegző gyakorlati teljesítményértékelés (csoportmunka): 100
- összesen: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- összegző tanulmányi teljesítményértékelés (vizsga): 60
- összegző gyakorlati teljesítményértékelés (csoportmunka): 40
- összesen: 100

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírásnak nincs külön követelménye.

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	87–94
Jó	75–86
Közepes	63–74
Elégséges	50–62
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

1. A teljesítményértékelésekhez nem tartozik évközi követelmény. 2. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	6
házi feladat elkészítése	30
vizsgafelkészülés	54
összesen	90

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 05.06-án. Érvényes 2024.05.06-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. Bevezetés. Szimulációs feladat. Marketingterv felépítése. Marketingterv kidolgozása I.: helyzetelemzés, célok és célkitűzés. Marketingterv kidolgozása II.: marketingstratégia és stratégiai helyzetkép. Alternatívák. Marketingterv kidolgozása III.: ár, promóció, piaci környezet. Szimulációs feladat értékelése. Összegzés.

További oktatók

Dr. Kovács István egyetemi adjunktus kovacs.stefan@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.