



SUBJECT DATASHEET

MARKETING PLANNING

BMEGT20ML70

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

MARKETING PLANNING

ID (subject code)

BMEGT20ML70

Type of subject

contact lessons

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	1
Practice	0
Laboratory	0

Type of assessment

exam grade

Number of credits

3

Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
-------------	-----------------	------------------------

Dr. Bíró-Szigeti Szilvia, associate professor	szigeti.szilvia@gtk.bme.hu
---	----------------------------

Educational organisational unit for the subject

Department of Management and Business Economics

Subject website

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

Language of the subject

magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms

Direct prerequisites

Strong None

Weak None

Parallel None

Exclusion None

Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 580672/5/2023 registration number. Valid from: 25.10.2023.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The aim of the course is to summarize what a marketing manager needs to plan a company's marketing strategy, and through what steps and methods he/she can go through this process.

Academic results

Knowledge

1. Upon successful completion of the course, get acquainted with the marketing planning areas and methods related to the field of marketing.

Skills

1. Will be able to summarize the methods and models acquired during the training and implement them in practice. The subject also includes teamwork, with which students master the ethics and methods of group work.

Attitude

1. Will be able to acquire new knowledge through the experiential solution of practical problems, they will be able to initiate, compile and implement projects in team work, especially in a multidisciplinary environment.

Independence and responsibility

1. Upon successful completion of the course, will be prepared to prepare a marketing plan for a company. The subject also includes the coordination of marketing processes at the company level in a complex way

Teaching methodology

Lectures, group assignments and homework.

Materials supporting learning

- 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. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése a szorgalmi és vizsgaidőszaki teljesítményértékelések alapján történik.

Performance assessment methods

A. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 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 anyagokhoz kapcsolódó problémafelismerő és -megoldó feladatokat meg kell oldani a teljesítményértékelés során. Az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg. B. Szorgalmi időszakban való teljesítményértékelés: Összegző gyakorlati teljesítményértékelés: A szorgalmi időszakban csapatban egy szimulációs gyakorlat teljesítése. A feladat során mind marketing, mind pénzügyi, mind pedig humán erőforrás kérdésekben kell döntenüik a hallgatóknak. Hallgatói egyeztetés alapján több forduló 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.

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- Összegző gyakorlati teljesítményértékelés (csoporthoz): 100
- Összesen: 100

Percentage of exam elements within the rating

- Összegző tanulmányi teljesítményértékelés (vizsga): 60
- Összegző gyakorlati teljesítményértékelés (csoporthoz): 40
- Összesen: 100

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Az aláírás megszerzésének feltétele az összegző gyakorlati teljesítményértékelés sikeres elvégzése.

Issuing grades

Excellent	95
Very good	87–94
Good	75–86
Satisfactory	63–74
Pass	50–62
Fail	0–49

Retake and late completion

Az összegző gyakorlati teljesítményértékelés pótlására, javítására nincs lehetőség. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	6
gyakorlati feladatok megoldása	28
vizsgafelkészülés	50
összesen	90

Approval and validity of subject requirements

Consulted with the Faculty Student Representative Committee, approved by the Vice Dean for Education, valid from: 09.10.2023.

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

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.
- 2 Szimulációs feladat.
- 3 Marketingterv felépítése.
- 4 Marketingterv kidolgozása I.: helyzetelemzés, célok és célkitűzés.
- 5 Marketingterv kidolgozása II.: marketingstratégia és stratégiai helyzetkép.
- 6 Alternatívák.
- 7 Marketingterv kidolgozása III.: ár, promóció, piaci környezet.
- 8 Szimulációs feladat értékelése.
- 9 Összegzés.

Additional lecturers

Dr. Kovács István egyetemi adjunktus kovacs.stefan@gtk.bme.hu

Approval and validity of subject requirements