



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**STRATÉGIAI MARKETING**

**BMEGT20MN39**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

STRATÉGIAI MARKETING

### Azonosító

BMEGT20MN39

### A tantárgy jellege

kontaktórás 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. Kelemen-Erdős Anikó	egyetemi docens	kelemen-erdos.aniko@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 - EN

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2023.10.25.) az 580672/5/2023 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2023.10.25-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tárgy célja bemutatni a stratégiai marketing fogalmi kereteit, a marketingtervezés elméleti alapjait és gyakorlati feladatait. A hallgatók rálátást szereznek arra, hogy egy szervezet versenyképességében milyen szerepet játszik a marketing tudatos, szisztematikus tervezésen alapuló alkalmazása. Cél továbbá elméleti keretet és módszertani ismereteket nyújtani ahhoz, hogy a hallgatók megértsék a stratégiai marketingtervezés egyes részterületeit, a piaci döntések hatásmechanizmusait. Mindezen ismeretek a stratégia értékelvű megközelítésének kontextusában kerülnek bemutatásra.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. Ismeri a stratégiai marketing fogalomkészletét, a marketingtervek típusait, átlátja a marketingtervezés vállalati szerepét, lépéseit.
2. Áttekintéssel rendelkezik a stratégiai, az üzleti és a marketingtervezés kapcsolatrendszeréről, az értékelvű megközelítés koncepciójáról és a tervezési gyakorlatba való átültetéséről.
3. Magabiztos tudást szerez a marketingtervezéshez szükséges környezetelemzési és információszerzési modellekről, módszerekről. Elméleti keretekkel rendelkezik ahhoz, hogy komplex döntési helyzetekben összehangolja a marketing eszközöket és programokat, valamint ezek stratégiai és taktikai vonatkozásait.

#### Képesség

1. Jó helyzetfelismerési és reagálási képességgel rendelkezik, megfelelő struktúrákban tud gondolkodni. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával képes egy marketingterv összeállítására, a problémák strukturált megfogalmazására, célkijelölésre, a megfelelő elemzési módszerek kiválasztására és alkalmazására.
2. Képes a marketingtervezés mellett racionális érvek kifejtésére, a vállalaton belül más funkcionális területek menedzsereivel való hatékony kommunikációra, a források elosztására a tervben meghatározott programok között.
3. Szakmai szóhasználata során magabiztosan használja a stratégiai marketing szókincsét, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit.

#### Attitűd

1. Rugalmasságot, a változásokra való érzékenységet, proaktív magatartást tanúsít. Projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
2. Gondolkodása hosszabb távú és elemző, nyitott a szakmai innováció minden formája iránt, befogadó, de nem gondolkodás nélkül elfogadó az elméleti, gyakorlati és módszertani újításokkal szemben.
3. Nyitott a kritikus önértékelésre, a szakmai továbbképzés különböző formáira és törekszik önmaga fejlesztésére.
4. Tudatosan képviseli azon módszereket, amelyekkel saját szakmájában dolgozik, és elfogadja más tudományágak eltérő módszertani sajátosságait.

#### Önállóság és felelősség

1. Képes összetett marketingtervezési feladatok elvégzésére, illetve azok irányítására.
2. A szervezeti struktúrában elfoglalt helyének megfelelő önállósággal és felelősséggel szervezi munkáját és az irányítása alatt dolgozó munkatársak tevékenységét.
3. Önálló, konstruktív és asszertív az intézményen belüli és kívüli együttműködési formákban.

### Oktatásmódszertan

Előadások, önállóan vagy csoportmunkában készített feladatok és ezek prezentálása.

### Tanulástámogató anyagok

- A tárgyhoz kapcsolódó jegyzet és a prezentációk a <https://edu.gtk.bme.hu> a tárgy neve alatt letölthetőek.
- Obligatory: written material designed for the course, or recommended textbook, and slideshows (<https://edu.gtk.bme.hu>)

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése : A tárgy folyamatos számonkérésű: 2 zárthelyi dolgozat (egyenként 50 pont), melyek közel azonos nehézségű és súlyú témaköröket tartalmaznak.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Minden ZH az adott témakörhöz kapcsolódó fogalmakra, alapvető összefüggésekre kérdez rá. Ez jellemzően tesztjellegű, esetleg rövid, néhány szavas válaszokat igénylő feladatokból, kérdésekből áll. A félév teljesítésének feltétele összesen legalább 50 pont megszerzése a ZH-k összesített eredményei alapján. A félév során külön feladatok (opcionális önálló munka) teljesítésével extra pontok szerezhetők (melyek beszámítása automatikusan történik a minimális 50 pont felett).

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- 1. részteljesítmény-értékelés (zárthelyi dolgozat 1): 50
- 2. részteljesítmény-értékelés (zárthelyi dolgozat 2): 50
- opcionális önálló munka (opcionális egyéni feladat): 20
- összesen: 100

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91
Jeles	87–90
Jó	75–86
Közepes	63–74
Elégséges	50–62
Elégtelen	0-49

### Javítás és pótlás

A. Javítási és pótlási lehetőségek részletes leírása: • Maximum egy zárthelyi pótolható. • Javítás esetén a pótZH-n elért eredmény számít a végeredménybe. (Rontani is lehet!) • A félévközi jegy megszerzésére a zárthelyiken és azok megadott időpontban való pótlásán kívül más lehetőség nincs. • Az opcionális önálló munka nem pótolható.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	24
felkészülés a teljesítményértékelésekre	66
összesen	90

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtől véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2023.10.09-én. Érvényes 2023.10.09-től.

# 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 Stratégiai marketingtervezés
- 2 A stratégiai helyzetelemzés előnyei, folyamata, szintjei, modelljei
- 3 Szegmentáció és célpiaci stratégiák
- 4 A termék / piac növekedési lehetőségek elemzése és a megvalósítás marketing eszközei
- 5 Pozicionálás szempontjai, módjai, stratégiái
- 6 Marketing Mix I.
- 7 Marketing Mix II.
- 8 Marketing Mix III.

### További oktatók

Dr. Petruska Ildikó	egyetemi docens	petruska.ildiko@gtk.bme.hu
Dr. Szalkai Zsuzsanna	egyetemi docens	szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu
Iványi Tamás	egyetemi tanársegéd	ivanyi.tamas@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.