



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**MENEDZSMENT ÉS MARKETING**

**BMEGT20MN47**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MENEDZSMENT ÉS MARKETING

### Azonosító

BMEGT20MN47

### A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	4
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés  
(minőségértékelés)

### típusa

félévközi  
érdemjegy

### Kreditszám

5

### Tantárgyfelelős

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

Dr. Szabó Tibor	egyetemi adjunktus	szabo.tibor@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

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2025.03.26.) az 580269/9/2025 iktatószámom hozott határozatával, amely érvényes 2025.03.26-tól.

## 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 szóhasználata 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. (<http://www.mvt.bme.hu/oktatas>)
- Compulsory literature is the written material designed for the course, and the slideshows. ([Http://www.mvt.bme.hu/oktatas](http://www.mvt.bme.hu/oktatas))

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A tantárgy folyamatos számonkérésű, az ismeretek felmérésére 2 zárthelyi dolgozat (egyenként 50 pontos) szolgál, melyek közel azonos nehézségű és súlyú témaköröket tartalmaznak.

### Teljesítményértékelési módszerek

A tantárgy számonkérése két zárthelyi dolgozaton és aktív részvételen keresztül valósul meg. A két zárthelyi dolgozatról egyenként minimum 50%-ot teljesíteni szükséges a tárgy teljesítéséhez. Az aktív részvétel külön feladatok formájában valósul meg.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- 1. részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): 50
- 2. részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): 50
- aktív részvétel: 10
- 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
Elégséges	50-63
Elégtelen	0-49

### Javítás és pótlás

Mindkét zárthelyi dolgozat pótolható/javítható. Javítás esetén a pótZH-(ko)n elért eredmény számít a végeredménybe. (Rontani is lehet!) További lehetőség nincs a zárthelyik pótlására. Az aktív részvétel jellegéből adódóan nem pótol

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	56
felkészülés a teljesítményértékelésekre	60
aktív részvétel	34
összesen	150

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2025. 03.03-án. Érvényes 2025.03.03-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 Menedzsment alapfogalmak, bevezetés
- 2 A Tervezési funkció sajátosságai
- 3 Szervezési alfunkciók
- 4 Szervezeti felépítés, életciklusmodellek
- 5 Irányítási funkció, döntéshozatali képesség I.
- 6 Irányítási funkció, döntéshozatali képesség II.
- 7 Marketing menedzsment bevezetés
- 8 Marketinginformációk elemzése
- 9 Fogyasztói piac és vásárlói magatartás
- 10 Üzleti piac és beszerzői magatartás
- 11 Marketingstratégia, versenytárs elemzés
- 12 Piacszegmentáció, célpiac, pozicionálás, 4 P

### További oktatók

Dr. Szalkai Zsuzsanna egyetemi docens, (associate professor) [szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu](mailto:szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu)

Dóra Tímea Beatrice egyetemi tanársegéd, (assistant lecturer) [dora.timea@gtk.bme.hu](mailto:dora.timea@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.