



**SUBJECT DATASHEET**

**MARKETING IN PRACTICE**

**BMEGT20A035**

# I. SUBJECT DESCRIPTION

## 1. SUBJECT DATA

### **Subject name**

MARKETING IN PRACTICE

### **ID (subject code)**

BMEGT20A035

### **Type of subject**

contact lessons

### **Course types and lessons**

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	4
Practice	0
Laboratory	0

### **Type of assessment**

exam grade

### **Number of credits**

5

### **Subject Coordinator**

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
Dr. Kelemen-Erdős Anikó	associate professor	kelemen-erdos.aniko@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*** Marketing alapjai (BMEGT20A004)

***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: 580269/9/2025 registration number. Valid from: 26.03.2025.

## 2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

### Objectives

During the course Marketing in Practice, students can gain a deeper knowledge of new concepts and practical solutions of marketing, the importance of basing corporate decisions on marketing information. The aim of the course is to provide students with skills in the practical application of theoretical knowledge through case studies, project assignments and related reports, and to perform marketing analysis of the selected field (product group, sector, brand) based on the learned methods and models, and to be able to point out marketing opportunities to increase customer value.

### Academic results

#### Knowledge

1. Know the general and specific management, organizational, organizational principles, rules, contexts and procedures necessary for the cultivation of the technical field.
2. Know the real, human, economic and social connections of production and service processes.
3. Know the basics, requirements and connections of the fields of management and organizational sciences related to the technical field (management, marketing).
4. Know the methodology and basics of legal regulations for conducting environmental impact assessments and compiling impact assessments.
5. Know the methods of learning, acquiring knowledge and data collection in the fields of technical management, their ethical limitations and problem-solving techniques.

#### Skills

1. Are able to apply the acquired general and specific management and organizational science principles, rules, relations and procedures in solving routine tasks arising in the technical field.
2. Are able to prepare business plans, perform decision preparation tasks, develop and implement innovation strategies.
3. Are able to lead workplace groups.
4. Are able to manage information.
5. Are able to analyze competitors, products, market opportunities and sell products with technical content.
6. Are able to actively participate in the sale of products and services produced in the relevant field.
7. Are able to operate corporate, institutional management subsystems.
8. Have cooperative, networking and communication skills.
9. Have a sense of responsibility, quality, evaluation and self-evaluation, analysis and synthesis. 1
10. Are able to communicate and present in a professionally adequate way orally and in writing in the mother tongue.

#### Attitude

1. Strive to make its decisions in full compliance with the law and ethical standards.
2. Strive to make its decisions by seeking the opinions of supervised employees and, where possible, in cooperation with them.
3. Have a comprehensive systems approach.

#### Independence and responsibility

1. Are able to independently perform management tasks related to the technical-economic and human processes of production and service enterprises.
2. Are able to independently manage the operation of organizations.
3. In solving the analytical tasks belonging to their field of specialization, they independently select and apply the relevant problem-solving methods.
4. Evaluate the results of their own work realistically.
5. Are able to work independently and to think through professional issues even in unexpected decision situations.
6. Take responsibility for their professional decisions.
7. Assume responsibility for the workflows they manage and perform.

### Teaching methodology

Lectures, oral and written communication, application of IT tools and techniques, exercises in teams, work-organizing techniques.

### Materials supporting learning

- Az előadások feltöltött slide-jai
- További letölthető oktatási segédletek

# II. SUBJECT REQUIREMENTS

## TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

### General Rules

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése projektfeladat (prezentációk), órai aktív részvétel, zárthelyi dolgozat, illetve vizsga alapján történik.

### Performance assessment methods

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: A félév során a hallgatóknak az első órán megadott kutatási témában kell az oktatók által meghatározott projektfeladatokat elvégezniük, melynek eredményeit 2 prezentáción keresztül kell bemutatniuk. 1. Részteljesítmény-értékelés (prezentáció 1): Előre megadott és a félév során nem változtatható létszámú és összetételű csoportokban dolgoznak és prezentálnak a hallgatók. Első mérföldkő prezentálása, max. 35 pont. 2. Részteljesítmény-értékelés (prezentáció 2): Előre megadott és a félév során nem változtatható létszámú és összetételű csoportokban dolgoznak és prezentálnak a hallgatók. Második mérföldkő prezentálása, max. 35 pont. A csapattagok számára a prezentáción a részvétel a félév elején előírt és az előadáson bemutatott mérték és beosztás szerint kötelező, ezekről nem lehet hiányozni, és ezek nem pótolhatók. 3. A zárthelyi dolgozattal max. 30 pont szerezhető. A jelenlét kötelező a TVSZ által elfogadott maximális százalékban. Az órai jelenlétet az oktatók az órákon ellenőrzik. A két prezentáció eredménye, valamint a zárthelyi dolgozat alapján (teljesítve a jelenléti követelményeket) a hallgatók megajánlott jegyet kaphatnak, mely módosítható a vizsgán való részvétel eredményessége alapján. B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés A vizsga elemei: 1. szóbeli teljesítményértékelés (részvizsga): A vizsga során a hallgató két tételorsóból kap tételt, amelyet két egymást követő szóbeli, gyakorlatorientált beszélgetésen mutat be. A két prezentáció eredménye alapján (teljesítve a jelenléti követelményeket) a hallgatók megajánlott jegyet kaphatnak, mely módosítható a vizsgán való részvétel eredményessége alapján.

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

- részteljesítmény értékelés (prezentáció 1): 35
- részteljesítmény értékelés (prezentáció 2): 35
- zárthelyi dolgozat: 30
- összesen: 100

### Percentage of exam elements within the rating

- szóbeli részvizsga/megajánlott jegy: 100
- összesen: 100

### Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Az aláírás megszerzésének feltétele, hogy a két prezentáción külön-külön a maximális 35 pont felét elérje a csapat, ez esetben a csapat összes tagja megkapja az aláírást. A csapat a nem dolgozó tagokat az oktatók egyetértésével a csapatból kizárhatja, amely a hallgató számára az aláírás megtagadását jelenti. Emellett kötelező a zárthelyi dolgozat megírása, és annak 50%-ának teljesítése, mely ugyancsak az aláírás feltétele. A megszerzett aláírás a TVSZ szerint előírt félévéig érvényes.

### Issuing grades

Excellent	91
Very good	85–90
Good	73–84
Satisfactory	65–72
Pass	50–64
Fail	0–49

### Retake and late completion

1) Az aktív részvétel, a prezentációk és a csoportosan elkészített projektfeladat a csoport számára nem pótolhatók, nem javíthatók, továbbá más módon nem kiválthatók vagy helyettesíthetők. 2) A zárthelyi dolgozat a félév során megadott időpontban pótolható.

### Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	50
projektfeladat elkészítése, csoportmunka	55
felkészülés a zárthelyi dolgozatra	30
vizsgafelkészülés	15
összesen	150

### Approval and validity of subject requirements

Consulted with the Faculty Student Representative Committee, approved by the Vice Dean for Education, valid from: 03.03.2025.

# 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 A marketingkutatás alapjai, a marketing új koncepciói
- 2 Értékelvű helyzetelemzés
- 3 Szekunder és kvalitatív kutatás sajátosságai
- 4 Megfigyelés, kísérlet
- 5 Megkérdezés, mérés, mintavétel, kérdőív szerkesztés
- 6 Marketing a szervezetek között (B2B)
- 7 Szegmentáció, célpiac, pozicionálás
- 8 Márkanév I.
- 9 Márkanév II.
- 10 Értékelvű stratégiák
- 11 Marketing speciális területeken I.
- 12 Marketing speciális területeken II.

### Additional lecturers

Dr. Szalkai Zsuzsanna	egyetemi docens	szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu
Dóra Tímea Beatrice	egyetemi tanársegéd	dora.timea@gtk.bme.hu
Dr. Kelemen-Erdős Anikó	egyetemi docens	kelemen.aniko@gtk.bme.hu

### Approval and validity of subject requirements