



TANTÁRGYI ADATLAP

SZOLGÁLTATÁSMARKETING

BMEGT20MS51002-01

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

SZOLGÁLTATÁSMARKETING

Azonosító

BMEGT20MS51002-01

A tantárgy jellege

kontaktórák 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. habil. 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

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Marketingstratégia és -innováció mesterszak MSc

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2026.06.24.) az 580483/15/2026 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2026.06.24-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy célja bemutatni a szolgáltatások sajátosságait és a szolgáltatások marketingjét, illetve a szolgáltatásfejlesztés menedzsment kérdéseit vevőorientált megközelítésben. További célkitűzés a vevők elvárásainak feltárása és kezelésének menedzsmentje. A szolgáltatások teljesítése kapcsán kiemelésre kerül a vevők és az alkalmazottak, valamint a szolgáltatásteljesítés szerepe. A tárgy elemzi az árazással és marketingkommunikációval összefüggő marketingstratégiát is.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri marketing szakterületének sajátos kutatási (ismeretszerzési és problémamegoldási) módszereit, absztrakciós technikáit, az elvi kérdések gyakorlati vonatkozásainak kidolgozási módjait, a marketing részterületek tervezésének, mérésének és elemzésének módszereit.
2. Ismeri a marketingstratégia erőforrás alapú elméleteit, a stratégiai menedzsment elemzési módszereit, valamint további marketing részterületek (például eladásmenedzsment, marketing engineering, kvalitatív kutatás, kreatív tervezés) elméleti alapjait és elemzési módszereit.
3. Jól ismeri marketing szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait: legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit anyanyelvén és egy idegen nyelven.
4. Ismeri az értékalkotó marketingfolyamatok és az innováció kapcsolatát.

Képesség

1. Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, képes az igényes elemzési, modellezési módszerek alkalmazására, komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, döntések meghozatalára, változó hazai és nemzetközi környezetben, illetve szervezeti kultúrában is.
2. Képes elvégezni a marketing szakterülete ismeretrendszerét alkotó különböző elképzelések részletes analízisét, és az átfogó és speciális összefüggéseket szintetizálva megfogalmazni.
3. Képes sokoldalú, interdiszciplináris megközelítéssel speciális szakmai problémákat azonosítani, továbbá feltárni és megfogalmazni az azok megoldásához szükséges részletes elméleti és gyakorlati hátteret.
4. Magas szinten használja a marketing szakterület ismeretközvetítési technikáit, és dolgozza fel a magyar és idegen nyelvű publikációs forrásait.
5. Saját elemzésen alapuló egyéni álláspontot alakít ki és azt vitában is megvédi és képes komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, a megoldás megtervezésére, döntések meghozatalára.
6. Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.

Attitűd

1. Kritikusan viszonyul saját, illetve a beosztottak munkájához és magatartásához, innovatív és proaktív magatartást tanúsít a gazdasági problémák kezelésében. Nyitott és befogadó a gazdaságtudomány és gyakorlat új eredményei iránt.
2. Vállalja azokat az átfogó és speciális viszonyokat, azt a szakmai identitást, amelyek marketing szakterülete sajátos karakterét, személyes és közösségi szerepét alkotják.
3. Hitelesen közvetíti szakmája összefoglaló és részletezett problémaköreit.
4. Új, komplex megközelítést kívánó, stratégiai döntési helyzetekben, illetve nem várt élethelyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljeskörű figyelembevételével dönteni.

Önállóság és felelősség

1. Szervezet-politikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns probléma-megoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés előkészítő, tanácsadói feladatokat.
2. Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa irányított szervezetért, vállalkozásáért, az alkalmazottakért.
3. Kialakított marketing szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben önállóan képviseli. Új, komplex döntési helyzetekben is felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért.

Oktatásmódszertan

Előadások, esettanulmányok feldolgozása az előadások alkalmával.

Tanulástámogató anyagok

- Kötelező irodalom: Kenesei Zs., Kolos K. (2014): Szolgáltatásmarketing és -menedzsment, Alinea Kiadó.
- Ajánlott irodalom: Veres, Z. (Szerk.). (2021): A szolgáltatásmarketing alapkönyve (3. bővített kiadás). Akadémiai Kiadó.

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése év végi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés).

Teljesítményértékelési módszerek

A. A szorgalmi időszakban órai aktív részvétellel 10 plusz pont szerezhető, egyéb követelmény nincs. Írásbeli teljesítményértékelés: vizsgaidőszakban írásbeli vizsga.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- Órai aktív részvétel: 100
- Összesen: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- Vizsga: 100
- Órai aktív részvétel: 10
- Összesen: 100

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Nincs feltétele az aláírás megszerzésének.

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	87–94
Jó	75–86
Közepes	62–74
Elégéséges	51–61
Elégtelen	0-50

Javítás és pótlás

1. Órai munkával plusz 10 pont szerezhető, mely a vizsga legalább 50%-os teljesítése esetén számít bele a jegybe. Az órai munka pótlására nincs lehetőség. 2. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	12
felkészülés a teljesítményértékelésekre	38
írásbeli vizsga	40
Összesen	90

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt véleményezése után jóváhagyta dr. Bodrogi Bence Péter oktatási dékánhelyettes 2026.05.04-én. Érvényes 2026.05.04-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 Bevezetés a szolgáltatások marketingjébe
- 2 A szolgáltatások marketingsajátosságai: A szolgáltatástermék, az ár-, az értékesítési és a kommunikációs politika; az emberi tényező, a tárgyi elemek és a szolgáltatási folyamat menedzselése
- 3 Szolgáltatásminőség és -menedzsment; A szolgáltatásminőség résmodellje
- 4 Fogyasztói elvárások és vevőmegtartás
- 5 Szolgáltatások tervezése - folyamat és ügyfélmenedzsment
- 6 A szolgáltatás kereslet és a kínálat menedzsmentje

További oktatók

Dr. Veres István egyetemi adjunktus veres.istván@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.