



TANTÁRGYI ADATLAP

MENEDZSMENT ÉS MARKETING

BMEGT20MN47

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

MENEDZSMENT ÉS MARKETING

Azonosító

BMEGT20MN47

A tantárgy jellege

kontaktórás 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

Neve *Beosztása* *Email címe*

Verseghi-Nagy Miklós mesteroktató verseghi-nagy.miklos@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

Szak: **Vezetés és szervezés MSc**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **0**

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, 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 színterein 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.
4. ML_ILO 2: Képes a vezetés-szervezés tudományágában a kutatások és azok eredményeinek kritikus értékelésére.

Attitűd

1. elfogadja, hogy a szervezeti sajátosságok történetileg és társadalmilag meghatározottak és változóak.
2. elfogadja a magyar és az európai menedzséri 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.
5. ML_ILO 1: Kulturált, etikus és tárgyilagos értelmiségi hozzáállás jellemzi a személyekhez, illetve a társadalmi problémákhoz való viszonyulása során, munkájában figyel a szélesebb körű társadalmi, ágazati, regionális, nemzeti és európai értékekre (ideértve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).
6. ML_ILO 4: Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, erre munkatársait és beosztottjait is ösztönzi, segíti, támogatja.

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.
4. ML_ILO 3: Felelősséget vállal a szervezet stratégiájának kialakításáért, önállóan mérlegelve annak üzleti, társadalmi és etikai hatásait a felsővezetői döntés-előkészítés során.

Oktatásmódszertan

Előadások, opcionális önállóan és csoportmunkában készített feladatok, bemutatók.

Tanulástámogató anyagok

- Stephen P. Robbins, Mary A. Coulter: Management (2017 Global edition) • Marketing Management: Kotler, Keller, Chernev (2021 Global edition)
- Kotler, Philip – Keller, Kevin Lane: Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012. ISBN 978-963-05-9251-2.
- Bauer András – Berács József: Marketing. Akadémiai Kiadó.
- Bauer András – Berács József – Kenesei Zsófia: Marketing alapismeretek. Akadémiai Kiadó

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

IFMD-ILO-k megvalósulása: Kommunikációs fogalmak és etikai alapfogalmak ismeretének gyors ellenőrzése. (ML ILO 1)

Folyamat elemzési

és -tervezési feladatok, döntési helyzetek vizsgálata. (ML ILO 2) Marketing- és menedzsmentelméleti tudás szintjének rendszeres ellenőrzése.

(ML ILO 3) Csoportos feldolgozásnál: munkamegosztás és közös döntéshozatal. (ML ILO 4) A tantárgy folyamatos számonkérésű, az ismeretek felmérésére 2 zárthelyi dolgozat (egyenként 50 pontos) szolgál, melyek közel azonos nehézségű és súlyú témaköröket tartalmaznak.

Teljesítményértékelési módszerek

Szorgalmi időszakban való teljesítményértékelés: A tantárgy számonkérése két zárthelyi dolgozaton és aktív részvételen keresztül valósul

meg. A két zárthelyi dolgozatból 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: 50
- 2. részteljesítmény-értékelés: 50
- aktív részvétel: 10
- összesen: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95
Jeles	87-94
Jó	75-86
Közepes	63-74
Elégéséges	50-62
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 pótolható.

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 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 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

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.