



# TANTÁRGYI ADATLAP

## MARKETING ALAPJAI

### BMEGT20A004

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETING ALAPJAI

### Azonosító

BMEGT20A004

### A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

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

### Tanulmányi

### teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

### típusa

vizsga  
érdemjegy

### Kreditszám

5

### Tantárgyfelelős

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

Dr. Szalkai Zsuzsanna egyetemi docens szalkai.zsuzsanna@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

Szak: **Gazdálkodási és menedzsment alapszak 2021/22/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Műszaki menedzser alapszak 2015/16/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Műszaki menedzser alapszak 2017/18/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Műszaki menedzser alapszak 2010**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Nemzetközi gazdálkodás alapszak 2018/19/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Nemzetközi gazdálkodás alapszak 2020/21/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Pénzügy és számvitel alapszak 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **3**

---

Szak: **Gazdálkodási és menedzsment alapszak 2018/19/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

---

Szak: **Nemzetközi gazdálkodás alapszak 2022/23/1 félévtől**

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 (2018.08.29.) az 580.450-2/2018. iktatószámmon hozott 4. számú határozatával, amely érvényes 2018.08.29 -től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgy fő célkitűzése, hogy a hallgatók megértsék, mit jelent az, ha egy szervezet működésére a marketingorientáció a jellemző, és megismerjék az ehhez kapcsolódó feladatokat és eszközöket. A tananyag áttekintést nyújt a marketing stratégiákról, és az ezek kialakításához szükséges információgyűjtési, környezet- és helyzetelemzési modellekről, módszerekről. Miután a marketing a vevőt állítja a középpontba, a tananyag részletesen foglalkozik a vásárlói döntési mechanizmusokkal és azok befolyásoló tényezőivel a fogyasztói és az üzleti piacokon. Bemutatásra kerülnek a stratégiai célok megvalósítását szolgáló marketing eszközök, sok izgalmas kérdéssel, a termékpolitikától a márkázáson, az értékesítésen át a marketingkommunikációig. Minden résztema kapcsán hangsúlyt kapnak azok a korszerű marketing megoldások, amelyeket a piacok változása, az információs technológia fejlődése hív életre.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. Ismeri marketingmenedzsmenttel kapcsolatos főbb fogalmakat
2. Ismeri a különböző vállalati és környezeti elemzési módszereket és azok sajátosságait
3. Megismeri a korszerű marketingkonceptiókat és stratégiákat
4. Elsajátítja marketingkutatás és a marketing audit mélyebb összefüggéseit
5. Ismeri a termék és márká, a pozicionálás összefüggéseit
6. Ismeri az árpolitikát és annak vállalati sajátosságait
7. Ismeri a vállalati kommunikáció sajátosságait
8. Ismeri a vállalati értékesítési rendszereket és sajátosságait

#### Képesség

1. A marketingmenedzsment összefüggéseinek elsajátításán keresztül kisebb vállalkozások marketing tevékenységének tervezését, ellenőrzését elvégzi és hatékonyság növelő javaslatokat tesz.
2. Korszerű elemzési módszerekkel képes a vállalat makro-és mikro-környezetét elemezni
3. Elsajátítja a korszerű marketingkommunikációs eszközök alkalmazását és operatív tervet készít a vállalat marketingkommunikációjára
4. A 4P eszközrendszert megismeri
5. A tanult kommunikációelmélet és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez.
6. Képes gondolatait rendezett formában szóban és írásban kifejezni.

#### Attitűd

1. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival,
2. Önállóan dolgozik, miközben folyamatosan bővíti tudását
3. Nyitott a korszerű technológiai eszközök használatára
4. Folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását,
5. Törekszik saját kommunikációs készségének és képességének fejlesztésére és kiteljesítésére
6. Nyitott a saját és mások ötleteinek elfogadására és integrálására a marketingmenedzsment ismeretek alkalmazása kommunikáció során.
7. Nyitott a sablonmentes menedzsment-megoldások irányába.

#### Önállóság és felelősség

1. Nyitott az egyedi és hatékony marketing problémamegoldásra
2. Önállóan képes dolgozni
3. A problémamegoldás során elemzi és értékeli a rendelkezésre álló információkat és ennek segítségével többpólusú problémamegoldás irányába fejlődik tovább
4. Elfogadja és integrálja ismereteibe mások véleményét, ötleteit
5. Önálló ötleteket alkot és bemutatja azokat hallgató társainak.

### Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata az előadáson és az önállóan elkészítendő opcionális feladatok során

### Tanulástámogató anyagok

- BME-MVT: Marketing: Fókuszban a termék. Typotex Kiadó, Budapest, 2017.
- Vágási M. (szerk.): Marketing stratégia és menedzsment. Alinea Kiadó, Budapest, 2007.
- Kotler, P., Armstrong, G.: Principles of Marketing. 16th Edition, Pearson, 2016
- További letölthető oktatási segédletek - More educational materials are available for download.

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése két évközi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi teljesítményértékelés), házi feladatok illetve vizsga alapján történik

### Teljesítményértékelési módszerek

1. Összegző tanulmányi teljesítményértékelés: A két évközi írásbeli teljesítménymérés 30-30 percesek, előre ismertett turnusok szerinti bontásban. A két írásbeli teljesítményméréssel max. 40 (20-20) pont szerezhető, amely a tantárgy értékelésébe 10-10%-kal számít bele. Az aláírás feltétele a két dolgozathoz együttesen 20 pont megszerzése. 2. Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): a házi feladatok opcionálisak, a szorgalmi időszakban, az előadásokon meghirdetettek szerint teljesíthetők, nem pótolhatók és az általuk megszerzett pontszám csak a vizsgába számít bele, az aláírás ennek segítségével nem szerezhető meg. A félév során 3-4 opcionális bónusznak nevezett írásbeli házi feladat kerül meghirdetésre. 3. Részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): a félév során néhány alkalommal az oktatók az órai teljesítményt is értékelik, amely pontszám csak a vizsgába számít bele, az aláírás ennek segítségével nem szerezhető meg. 4. A 2. És 3. Pontban részletezett házi feladat és aktív részvétellel együttesen 30 pont (15%) szerezhető meg, amelyet a vizsgajegy számításakor adunk hozzá a pontszámhoz. A vizsga elemei: 1. írásbeli teljesítményértékelés: A vizsgadolgozat 160 pontos, amely a tanulási eredmények értékelésébe 80%-kal számít be. A vizsga 60 perces rövid kifejtős és feleletválasztós illetve esettanulmányi kérdéseket tartalmaz. 2. évközi eredmények beszámítása: a 3.2 A. pontjában bemutatott két összegző tanulmányi teljesítményértékelést 10-10%-ban, míg a házi feladat és az aktív részvétel maximum 15%-ban számítható bele a vizsga értékelésébe. Ezek a teljesítmények az aláírás megszerzése után megmaradnak és beszámíthatóak, amíg a hallgató aláírása is megmarad a TVSZ által előírt

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- 1. összegző tanulmányi teljesítményértékelés: 50%
- 2. összegző tanulmányi teljesítményértékelés : 50%
- részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel) : 75%
- összesen: 100%+75%

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- írásbeli részvizsga : 80%
- évközi opcionális házi feladat és órai pontok : 15%
- évközi eredmények beszámítása : 20%
- összesen: 100%+15%

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Magyar kurzus: Az aláírás megszerzésének feltétele, hogy a 3.3. pont szerint megszerezhető pontszám legalább 50%-át elérje a hallgató. A 3.3 pontban szereplő plusz 75%-ot érő részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel, órai feladat) a szorgalmi időszakban jelenik meg, de pontszámában csak a vizsgába számítható bele, az aláírás megszerzésébe nem számítható bele. A megszerzett aláírás a TVSZ szerint előírt félévéig érvényes.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	87,5–90
Jó	75–87
Közepes	62–74,5
Elégséges	50–61,
Elégtelen	50

### Javítás és pótlás

1) A TVSZ 122§ (4) pontja alapján az összegző teljesítményértékelések egyszeri díjmentes pótlására az összes, kurzust felvett hallgató jogosult. 2) Az egyes évközi teljesítményértékelésekhez nem tartozik egyenkénti minimumkövetelmény, a két zárthelyi dolgozat mindegyike pótolható az előre pótlásként meghirdetett időpontban a szorgalmi időszak folyamán a meghirdetett beosztás szerint. 3) Az opcionális házi feladat, mivel az aláírás megszerzésébe nem számít bele és az érdemjegy meghatározásában is a 100% feletti részhez tartozik, ezért nem pótolható, a beadási határidő és a feladat ismertetése az órán kerül meghirdetésre. 4) A beadott és elfogadott házi feladat nem javítható. A beadott és elfogadott órai feladat nem javítható. 5) Az aktív részvétel – jellegéből adódóan – nem pótolható, nem javítható, továbbá más módon nem kiváltható vagy helyettesíthető. 6) A két összegző tanulmányi teljesítményértékelés javítása esetén a korábbi és az új eredmény közül az új eredményt vesszük figyelembe. 7) Amennyiben a 2) és az 6) pont szerinti pótlással sem tud a hallgató elégtelentől különböző érdemjegyet szerezni, úgy újabb javításra és pótlásra a hallgatónak az adott félévben nincsen lehetősége.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	14×4=56
felkészülés a teljesítményértékelésekre	2×8=16
opcionális házi feladat vagy órai feladat elkészítése	16
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	30

vizsgafelkészülés 32

összesen 150

**A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége**

A Kari Hallgatói Képviselőt véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2021. ....-n,  
érvényes 2021. ....-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 syllabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 A marketing alapkoncepciói. A marketing és a marketingmenedzsment alapfogalmai. A piaci orientáció típusai. A marketingkoncepció fejlődése.
- 2 Stratégiai tervezés és marketingstratégia. Vállalati stratégiai tervezés, vállalati alapstratégiák. Portfólió és SWOT elemzés. Marketingstratégia és tervezés. A marketingszervezet típusai.
- 3 A vállalat piaca. A vállalat makro - és mikrokönyezete. A piaci helyzet mutatói. A kereslet meghatározása. Szegmentálás, célpiacválasztás és pozicionálás. A piaci hadviselés formái.
- 4 Fogyasztói piac és vásárlói magatartás A fogyasztói magatartás modellezése, meghatározó jellemzői. A vásárlási döntési folyamat. Vásárlási szerepek és magatartás típusok. Szegmentáció a fogyasztói piacon.
- 5 Beszerzői magatartás és ipari marketing. Az ipari piac marketing jellemzői. A beszerzési döntés folyamata. Szegmentáció az ipari piacon.
- 6 A marketing-információrendszer. A marketing-információrendszer funkciói és alkotóelemei. Marketingfelderítés és marketingkutatás.
- 7 Termék és szolgáltatáspolitikai. A termékpolitikai döntések alapjai. A marketing termékfelfogása. A termékminőség alkotóelemei. A termékválasztékkal kapcsolatos döntések. A termékek életciklusa.
- 8 Árpolitika. Az ár szerepe a marketing-mixben. Az árképzés tényezői, a végső ár kialakítása.
- 9 Értékesítéspolitikai. Az értékesítési rendszer funkciói. Értékesítési csatornák-marketingrendszerek, szereplők. Az eladás és az eladószemélyzet menedzselése.
- 10 Marketingkommunikáció. A marketingkommunikáció eszközei, modelljei. Reklám, vásárlásösztönzés, személyes eladás, direktmarketing, public relations. Integrált kommunikáció.
- 11 Online marketing. Digitális és online fogyasztói magatartás és marketing-mix.
- 12 ....

### További oktatók

Dr. Petruska Ildikó	egyetemi docens, associate professor	petruska.ildiko@gtk.bme.hu
Iványi Tamás	egyetemi tanársegéd, assistant lecturer	ivanyi.tamas@gtk.bme.hu
Dr. Bíró-Szigeti Szilvia	egyetemi docens, associate professor	szigeti.szilvia@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.