



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. iktatószámon 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 Képviselőtestület 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 alapkonceptiói. A marketing és a marketingmenedzsment alapfogalmai. A piaci orientáció típusai. A marketingkonceptió 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.