



# TANTÁRGYI ADATLAP

## MARKETING

### BMEGT20A048

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETING

### Azonosító

BMEGT20A048

### A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	2
Laboratórium	0

### Tanulmányi

### teljesítményértékelés

### (minőségértékelés)

### típusa

vizsgaérdemjegy

### 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

angol - ENG

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2021.11.24.) az 581046/15/2021 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2021.11.24-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgy célja a marketing alapelveinek, a vevői értékek létrehozásának, átadásának és kommunikálásának bemutatása. A kurzus elvégzését követően a hallgatók megértik a marketing szerepét egy szervezetben. A hallgatók megismerkednek a marketing feladatokkal, eszközökkel és stratégiákkal. A gyakorlati munka során a hallgató képes előadni bizonyos marketing témákat az előadásokon megszerzett ismeretek felhasználásával.

### 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. Ismeri a termék és márka, a pozícionálás összefüggéseit
5. Ismeri az árpolitikát és annak vállalati sajátosságait
6. Ismeri a vállalati kommunikáció 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 tanult kommunikációelmélet és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez.
5. 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 ötletet alkot és bemutatja azokat hallgató társainak.

### Oktatásmódszertan

Előadások, prezentációk, gyakorlati feladatok, házi feladatok, vizsga.

### Tanulástámogató anyagok

- Kotler, P., Armstrong, G. (2016): Principles of Marketing. 16th Edition, Pearson handouts
- Egyéb, az oktató által kiadott oktatási segédletek a tárgy Moodle oldalán. (<https://edu.gtk.bme.hu>)

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése házifeladatok, prezentáció, gyakorlati feladatok és írásbeli vizsga formájában történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. A szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Részteljesítmény értékelés: házifeladat (30%)+prezentáció (10%). Tehát a szorgalmi időszakban a hallgató a vizsgaérdemjegy 40%-t tudja megszerezni. B. A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Vizsga elemei: írásbeli teljesítményértékelés és az évközi eredmények (pontszám) beszámítása. Tehát a vizsgaidőszakban a hallgató a vizsgaérdemjegy 60%-t tudja megszerezni, ehhez adódik hozzá a szorgalmi időszakban megszerezhető pontszám.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- házi feladat: 30%
- prezentáció: 10%
- Összesen: 40%

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- írásbeli részvizsga: 60%
- félévközi eredmények beszámítása: 40%

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírás megszerzésének nincs feltétele. A megszerzett aláírás a TVSZ szerinti időtartamig érvényes.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	95-100
Jeles	87-94
Jó	75-86
Közepes	63-74
Elégséges	50-62
Elégtelen	0-49

### Javítás és pótlás

A félév során beadott házifeladatok, gyakorlati feladatok és a prezentáció nem pótolható vagy javítható jellegükből adódóan. A vizsga pótlása és javítása a TVSZ szabályai szerint.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	14×4=56
félévközi készülés az órákra	14×2=28
feladatok és prezentáció elkészítése	26
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	40
összesen	150

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőlet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2021.10.04-én. Érvényes 2021.10.04-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.

- 1 Bevezetés a marketingbe. Vevői érték létrehozása.
- 2 Marketingkörnyezet elemzése. Marketing stratégia.
- 3 Marketing információk és vevői nézőpontok.
- 4 Marketing szegmentáció, targeting és pozicionálás. Versenyelőny.
- 5 Fogyasztói piacok, vevői viselkedések.
- 6 Üzleti piacok és szervezeti vevők viselkedése.
- 7 Termékek és szolgáltatások.
- 8 Új termék létrehozása és termék-életciklus.
- 9 Vevői érték meghatározása és létrehozása.
- 10 Árazási stratégiák.
- 11 Marketing csatornák: vevői érték nyújtása.
- 12 Vevői érték kommunikálása: Integrált marketing kommunikáció 1.
- 13 Integrált marketing kommunikáció 2.
- 14 Kurzus anyagainak összefoglalása és vizsgafelkészítés.

### További oktatók

Danó Györgyi egyetemi tanársegéd dano.gyorgyi@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 External department vezetője hagyja jóvá.