



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**MARKETINGKONTROLLING**

**BMEGT20ML69**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETINGKONTROLLING

### Azonosító

BMEGT20ML69

### A tantárgy jellege

kontaktórási 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. Bernschütz Mária egyetemi adjunktus bernschutz.maria@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: **Marketing MSc 2017/18/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **4**

---

Szak: **Marketing MSc 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **3**

---

### 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 bemutassa a marketingkutatások során használt főbb statisztikai elemzési mód-szereket, bevezetést nyújtson az SPSS program használatába. A tematika az elemzésekkel és az SPSS program-mal kapcsolatos alapvető tudnivalók ismertetésével kezdődik (adatelőkészítés, adatbázis kialakítása). Ezután a hipotézisvizsgálatok és kereszttábla elemzések, valamint a varianciaanalízis, korreláció- és a regresszió számítás marketingkutatásban történő alkalmazásának, használatának lehetőségei kerülnek bemutatásra.

### Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri az egyes statisztikai elemzési módszerek marketingkutatásban történő alkalmazásának feltételeit,
2. Ismeri a statisztikai elemzési módszerek következtetések megállapításához való használatának módját,
3. Ismeri statisztikai elemzési módszerek marketing célú felhasználásának módjait.

Képesség

1. Képes statisztikai szoftverrel elemezhető adatbázis készítésére,
2. Képes meghatározni az alkalmazható statisztikai-elemző módszereket,
3. Képes előállítani az elemzésekhez szükséges mutatókat és statisztikákat,
4. Képes a statisztikai elemzési módszerek eredményeinek marketing jellegű vonatkozásait értelmezni,
5. Képes az elvégzett elemzések alapján következtetéseket levonni,
6. Képes az eredményeket kontextusba helyezni, gyakorlatias megközelítéssel értelmezni,
7. Képes statisztikai elemzési módszerek használatával önálló elemzések, marketingkutatási jelentések készítésére.

Attitűd

1. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival,
2. Önállóan dolgozik, miközben folyamatosan bővíti tudását,
3. Nyitott az információtechnológiai eszközök használatára,
4. Folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását,
5. Elemzései, következtetései, ezek alapján megfogalmazott javaslatai során a jogszabályok és etikai normák figyelembevételével jár el, a szélesebb körű társadalmi, ágazati, regionális, nemzeti és európai értékeket (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is) szem előtt tartva.

Önállóság és felelősség

1. Önállóan alkalmazza a statisztikai elemzési módszereket a marketingkutatásban,
2. Elemzi és értékeli a rendelkezésre álló információkat, ezeket kontextusba helyezi,
3. Gyakorlatban hasznosítható következtetéseket von le az elemzések eredményeiből,
4. Kialakított marketing szakmai véleményét önállóan képviseli, felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért.

### Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, SPSS program használata, opcionális önállóan készített feladatok

### Tanulástámogató anyagok

- Danó Györgyi: Marketingkontrolling (2018)
- BME-GTK-MVT: Marketing: Fókuszban a termék, Typotex Kiadó, Budapest (2017)
- Sajtos László - Mitev Ariel: SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv (2007)
- Naresh K. Malhotra, Simon Judit közreműködésével: Marketingkutatás (2017) [Digitális kiadás]

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése egy vizsgaidőszakban végzett írásbeli teljesítménymérés alapján történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés Írásbeli teljesítményértékelés: mely a statisztikai elemzési módszerek gyakorlati használatára fókuszál, a rendelkezésre álló munkaidő 90 perc.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés: 100%
- összesen: 100%

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- :

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírás megszerzésének nincs feltétele. A megszerzett aláírás 4 félévéig érvényes.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	85–90
Jó	75–85
Közepes	65–75
Elégséges	50–65
Elégtelen	50

### Javítás és pótlás

1) A teljesítményértékelésekhez nem tartozik évközi követelmény. 2) A vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés javítása és pótlása a TVSZ szerint történik.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	6x2=12
házi feladat elkészítése	0
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	46
vizsgafelkészülés	32
összesen	90

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 20....-n, érvényes 20....-től.

# III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

## TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

### A félévben sorra vett témák

- 1 Bevezetés: az érintett tudományterületek bemutatása, általános elemzési szempontok
- 2 Az elemzésekkel és az SPSS programmal kapcsolatos alapvető tudnivalók (adatelőkészítés, adatbázis kialakítása, megoszlások, keresztábrák előállítás)
- 3 Hipotézisvizsgálat, keresztábra-elemzés (paraméteres és nem paraméteres próbák)
- 4 Varianciaanalízis
- 5 Korreláció- és regresszió számítás
- 6 Jelentéskészítés, eredmények interpretálása

### További oktatók

Danó Györgyi egyetemi tanársegéd [dano.gyorgyi@gtk.bme.hu](mailto: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 Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.