



# TANTÁRGYI ADATLAP

## MARKETINGTERVEZÉS

### BMEGT20ML70

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETINGTERVEZÉS

### Azonosító

BMEGT20ML70

### 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. Bíró-Szigeti Szilvia, egyetemi docens szigeti.szilvia@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: **4**

---

### 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, hogy összefoglalja, mire is van szüksége egy marketingmenedzsernek egy vállalat marketing-stratégiájának a megtervezéséhez, valamint, hogy milyen lépéseken keresztül, milyen módszereket alkalmazva tud végighaladni ezen a folyamaton.

### Tanulmányi eredmények

Tudás

1. A tantárgy sikeres teljesítésével a hallgató megismeri a marketing szakterülethez szervesen kapcsolódó marketingtervezési területeket, módszereket.

Képesség

1. A képzés során elsajátított módszereket és modelleket a hallgatók képesek lesznek összegezni és gyakorlati alkalmazásukat megvalósítani. A tárgy tartalmaz csapatmunkát is, mellyel a hallgatók elsajátítják a csoportmunka etikáját és módszereit.

Attitűd

1. A hallgatók képessé válnak gyakorlati problémák tapasztalati úton való megoldásán keresztül új ismeretek elsajátítására, képesek lesznek projektek kezdeményezésére, összeállítására és kivitelezésére team munkában, elsősorban multidiszciplináris környezetben

Önállóság és felelősség

1. A tantárgy sikeres teljesítésével a hallgatók felkészülnek egy vállalat marketingtervének elkészítésére. A tárgy komplex módon tartalmazza a marketing folyamatok vállalati szintű koordinálását is

### Oktatásmódszertan

Előadások, csoportmunkában készített feladatok és házi feladatok.

### Tanulástámogató anyagok

- Bíró-Szigeti Szilvia, Kovács István: Marketingtervezés. Oktatási segédanyag, 2019.
- Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék: Marketing – Fókuszban a termék, Typotex Kiadó, 2017
- További letölthető oktatási segédletek

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése évvégi írásbeli teljesítménymérés (összegző tanulmányi és gyakorlati teljesítményértékelés) alapján történik.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 1. összegző tanulmányi teljesítményértékelés: a tantárgy és tudás, képesség típusú kompetenciaelemeinek komplex, írásos értékelési módja vizsgadolgozat formájában, a dolgozat alapvetően a megszerzett ismeretek meglétére és azok alkalmazására fókuszál, így mind elméleti tesztfeladatokat, mind a problémafelismerő és -megoldó feladatokat meg kell oldani a teljesítményértékelés során. Az értékelés alapjául szolgáló tananyagrészt a tantárgy előadója határozza meg, a rendelkezésre álló munkaidő 60 perc. 2. összegző gyakorlati teljesítményértékelés: A szorgalmi időszakban, 3-4 fős csapatban egy szimulációs gyakorlat teljesítése. A feladat során mind marketing, mind pénzügyi, mind pedig humán erőforrás kérdésekben kell dönteniük a hallgatóknak. Hallgatói egyeztetés alapján több forduló is lehet a szimulációs gyakorlat! Ha a fordulókban változás következik be, arról azonnal értesítést kapnak a tantárgy oktatási honlapján. Minden forduló az első előadáson elhangzott online felületen zajlik. Eredmények kiértékelése: minden döntés után az online felületen elérhető lesz az egyes csapatok adott, elért eredménye, melyre építve újabb döntéseket lehet majd hozni. A végső eredmény kiértékelésére az utolsó előadáson kerül sor.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- összegző gyakorlati teljesítményértékelés (csoportmunka): 20%
- összesen: 20%

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- összegző tanulmányi teljesítményértékelés (vizsga): 80%
- összegző gyakorlati teljesítményértékelés (csoportmunka): 20%
- összesen: 100%

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

#### Érdemjegy-megállapítás

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

#### 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	6×2=12
házi feladat elkészítése	28
vizsgafelkészülés	50
összesen	90

#### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület 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. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 Bevezetés. Szimulációs feladat.
- 2 Marketingterv felépítése.
- 3 Marketingterv kidolgozása I.: helyzetelemzés, célok és célkitűzés.
- 4 Marketingterv kidolgozása II.: marketingstratégia és stratégiai helyzetkép. Alternatívák.
- 5 Marketingterv kidolgozása III.: ár, promóció, piaci környezet.
- 6 Szimulációs feladat értékelése. Összegzés.

### További oktatók

Dr. Kovács István egyetemi adjunktus kovacs.stefan@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.