



# **SUBJECT DATASHEET**

## **MARKETING PLANNING**

### **BMEGT20ML70**

# I. SUBJECT DESCRIPTION

## 1. SUBJECT DATA

### Subject name

MARKETING PLANNING

### ID (subject code)

BMEGT20ML70

### Type of subject

contact lessons

### Course types and lessons

| <i>Type</i> | <i>Lessons</i> |
|-------------|----------------|
| Lecture     | 1              |
| Practice    | 0              |
| Laboratory  | 0              |

### Type of assessment

exam grade

### Number of credits

3

### Subject Coordinator

| <i>Name</i> | <i>Position</i> | <i>Contact details</i> |
|-------------|-----------------|------------------------|
|-------------|-----------------|------------------------|

|                                               |                            |
|-----------------------------------------------|----------------------------|
| Dr. Bíró-Szigeti Szilvia, associate professor | szigeti.szilvia@gtk.bme.hu |
|-----------------------------------------------|----------------------------|

### Educational organisational unit for the subject

Department of Management and Business Economics

### Subject website

<https://edu.gtk.bme.hu>

### Language of the subject

magyar - HU

### Curricular role of the subject, recommended number of terms

Programme: **Marketing MSc from 2017/18/Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **4**

---

Programme: **Marketing MSc from 2019/20/Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **4**

---

### Direct prerequisites

**Strong** None

**Weak** None

**Parallel** None

**Exclusion** None

### Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 581046/15/2021. Valid from: 24.11.2021.

## 2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

### Objectives

The aim of the course is to summarize what a marketing manager needs to plan a company's marketing strategy, and through what steps and methods he/she can go through this process.

### Academic results

#### Knowledge

1. Upon successful completion of the course, get acquainted with the marketing planning areas and methods related to the field of marketing.

#### Skills

1. Will be able to summarize the methods and models acquired during the training and implement them in practice. The subject also includes teamwork, with which students master the ethics and methods of group work.

#### Attitude

1. Will be able to acquire new knowledge through the experiential solution of practical problems, they will be able to initiate, compile and implement projects in team work, especially in a multidisciplinary environment.

#### Independence and responsibility

1. Upon successful completion of the course, will be prepared to prepare a marketing plan for a company. The subject also includes the coordination of marketing processes at the company level in a complex way

### Teaching methodology

Lectures, group assignments and homework.

### Materials supporting learning

- 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. SUBJECT REQUIREMENTS

### TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

#### General Rules

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

#### Performance assessment methods

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.

#### Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

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

#### Percentage of exam elements within the rating

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

#### Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

##### Issuing grades

|              |        |
|--------------|--------|
| Excellent    | 95-100 |
| Very good    | 87-94  |
| Good         | 75-86  |
| Satisfactory | 63-74  |
| Pass         | 50-62  |
| Fail         | 0-49   |

##### Retake and late completion

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

#### Coursework required for the completion of the subject

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| részvétel a kontakt tanórákon | 6×2=12 |
| házi feladat elkészítése      | 28     |
| vizsgafelkészülés             | 50     |
| összesen                      | 90     |

#### Approval and validity of subject requirements

0

# III. COURSE CURRICULUM

## THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

### Topics covered during the term

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.

### Additional lecturers

Dr. Kovács István egyetemi adjunktus kovacs.stefan@gtk.bme.hu

### Approval and validity of subject requirements

0