



# TANTÁRGYI ADATLAP

## MARKETING

### BMEGT20MW01

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETING

### Azonosító

BMEGT20MW01

### A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	3
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés  
(minőségértékelés)

### típusa

félévközi  
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

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 iktatószámmon hozott határozatával, amely érvényes 2021.11.24-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tantárgy célja bemutatni a marketing szerepét a szervezetek működésében, segíteni az ehhez kapcsolódó eszközök és feladatok megismerését. A tananyag átfogó képet ad a stratégiai környezet feltérképezéséről (információgyűjtési, környezet- és helyzetelemzési modellek, módszerek), valamint az ezen jellemzők alapján felvázolható marketingstratégiák sajátosságairól. A tantárgy során a hallgatók megismerkednek a marketing területén felmerülő feladatokkal, eszközrendszerrel és stratégiákkal. A félév során kiadott feladatok teljesítésével a hallgatók képesek lesznek összegző megoldási javaslatot tenni a vállalati életben is fellelhető marketing problémákra 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 pozicionálás összefüggéseit
5. Ismeri az árpolitikát és annak vállalati sajátosságait
6. Ismeri a marketing kommunikáció sajátosságait
7. Ismeri a vállalati értékesítési rendszereket és sajátosságait

Képesség

1. A marketingmenedzsment összefüggéseinek elsajátításán keresztül vállalkozások marketing tevékenységének tervezését, ellenőrzését elvégzi és hatékonyság növelő javaslatokat tesz.
2. Korszerű elemzési módszerekkel képes a vállalat makro-és mikrokörnyezetét elemezni
3. Elsajátítja a korszerű marketingkommunikációs eszközök alkalmazását és operatív tervet készít a vállalat marketingkommunikációjára
4. Képes tényeket és alapvető összefüggéseket feltárni, rendszerezni és elemezni.
5. Képes gondolatait rendezett formában szóban és írásban kifejezni.

Attitűd

1. Rugalmasságot, a változásokra való érzékenységet, proaktív magatartást tanúsít.
2. Projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
3. Gondolkodása hosszabb távú és elemző, nyitott a szakmai innováció minden formája iránt, befogadó, de nem gondolkodás nélkül elfogadó az elméleti, gyakorlati és módszertani újításokkal szemben.
4. Nyitott a kritikus önértékelésre, a szakmai továbbképzés különböző formáira és törekszik önmaga fejlesztésére.
5. Tudatosan képviseli azon módszereket, amelyekkel saját szakmájában dolgozik, és elfogadja más tudományágak eltérő módszertani sajátosságait.

Önállóság és felelősség

1. A problémamegoldás során elemzi és értékeli a rendelkezésre álló információkat és ennek segítségével többpólusú problémamegoldás irányába fejlődik tovább
2. Képes összetett marketingtervezési feladatok elvégzésére, illetve azok irányítására.
3. A szervezeti struktúrában elfoglalt helyének megfelelő önállósággal és felelősséggel szervezi munkáját és az irányítása alatt dolgozó munkatársak tevékenységét.
4. Önálló, konstruktív és asszertív az intézményen belüli és kívüli együttműködési formákban.

### Oktatásmódszertan

Előadások, önállóan vagy csoportmunkában készített feladatok és ezek prezentálása.

### Tanulástámogató anyagok

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

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése: Két darab évközi írásbeli teljesítménymérés (30%-30%), illetve önálló munka, melyben előre meghatározott feltételek szerint csoportmunka eredményéről készítenek beadandó dolgozatot a hallgatók (30%), majd eredményét prezentáció formájában adják elő (10%). A prezentáció egyszeri alkalommal történik, melynek időpontját az oktatók határozzák meg.

### Teljesítményértékelési módszerek

A szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: - Két darab zárthelyi dolgozat: Minden ZH az adott témakörhöz kapcsolódó fogalmakra, alapvető összefüggésekre kérdez rá. Jellemzően igaz-hamis, feleletválasztós kérdésekből áll. - Önálló csoportmunka a félév során a megadott feltételek szerint: o Beadandó dolgozat: A hallgatók előre meghatározott csoportokban dolgozhatnak. A hallgatók feladata egy marketingstratégia kidolgozása egy új termékre vagy szolgáltatásra vonatkozóan. A beadandó dolgozat feltöltési határideje az első órán kerül kihirdetésre az oktatók által. A kész dolgozatot a tárgy moodle oldalára szükséges feltölteni: <http://edu.gtk.bme.hu> o Prezentáció: A csoportmunka eredményét a hallgatóknak prezentálniuk is szükséges egy tanórai prezentáció formájában. A csoportmunka eredményét az oktatók a prezentáció után értékelik. - A félév során külön feladatok (opcionális önálló munka) teljesítésével extra pontok szerezhetők (melyek beszámítása automatikusan történik a minimális 50 pont felett)

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- 1. zárthelyi: 30%
- 2. zárthelyi: 30%
- 3. részteljesítmény értékelés: 30%
- 4. részteljesítmény értékelés: 10%
- összesen: 100%

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

#### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

#### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91-100
Jeles	87,5 –90
Jó	75 –87
Közepes	62 –74,5
Elégéséges	50 –61,5
Elégtelen	0-49

#### Javítás és pótlás

1) A félév során tartott összesen két zárthelyiből mindkettő pótolható, javítható. (aki egyik zárthelyi dolgozatot sem írta meg, nem pótolható) 2) A TVSZ vonatkozó pontjainak értelmében – Javítás esetén a pótZH-n elért eredmény számít a végeredménybe. (Rontani is lehet!) 3) Javításnak – az eredeti 2 zh és részteljesítmény értékelések alapján – a legalább elégséges osztályzatot elért hallgatók újbóli ZH írása számít. 4) Az önálló munka (házi feladat, beadandó dolgozat) nem pótolható.

#### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	14×3=42
félévközi készülés az órákra	14×2=28
felkészülés a teljesítményértékelésekre	20
házi feladatok és prezentáció elkészítése	20
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	40
összesen	150

#### 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.

- 1 Bevezetés a marketingbe. Ügyfélérték létrehozása
- 2 Környezetelemzés. Marketingstratégia
- 3 Marketing információs rendszer
- 4 Piaci szegmentáció, Célpiac és pozicionálás. Versenyelőny
- 5 Fogyasztói piacok és vásárlói magatartás
- 6 Üzleti piacok és vásárlói magatartás
- 7 Termék és szolgáltatás
- 8 Termékfejlesztés
- 9 Árképzés és marketingcsatornák
- 10 Integrált marketing kommunikáció

### További oktatók

Dóra Tímea egyetemi tanársegéd dora.timea@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.