



**TANTÁRGYI ADATLAP**

**MARKETINGMENEDZSMENT**

**BMEGT20ML83**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

MARKETINGMENEDZSMENT

### Azonosító

BMEGT20ML83

### A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

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

magyar - HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Számvitel mesterszak 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **2**

---

Szak: **Master of Business Administration MSc 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **2**

---

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* Nincs

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2021.02.24) a határozat folyamatban.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

Bemutatni a marketing szemléletet, és a marketing menedzsment fő területeit. Áttekintést adni a korszerű marketing koncepciókról, a marketing menedzsment feladatokról, megvalósítási eszközökről, kutatási módszerekről, s mindezeknek a marketing egyes részterületein való alkalmazásáról. A tárgy nagy súlyt fektet a más menedzsment területekkel való összefüggések bemutatására.

### Tanulmányi eredmények

#### Tudás

1. Ismeri a marketing fogalmkészletét, modelljeit, a szervezetek marketing szemlélet alapján való működésének alapelveit és a marketing menedzsment feladatait
2. Áttekintéssel rendelkezik a marketing menedzsment és más menedzsment területek kapcsolódásairól
3. Magabiztos tudást szerez a marketing döntéseket megalapozó kutatási módszerekről

#### Képesség

1. Képes a piaci változások felismerésére, elemzésére, a marketing döntésekre való beépítésére, és a döntéseket megalapozó kutatási módszerek szakszerű alkalmazására
2. Képes a marketing szempontok mellett racionális érvek kifejtésére, a vállalaton belül más funkcionális területek menedzsereivel való hatékony kommunikációra és közös gondolkodásra
3. Szakmai szóhasználata során magabiztosan használja a marketing szókincsét, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit.

#### Attitűd

1. Rugalmasságot, a változásokra való érzékenységet, proaktív magatartást tanúsít.
2. 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.
3. Tudatosan képviseli azon módszereket, amelyekkel saját szakmájában dolgozik, és elfogadja más tudományágak eltérő módszertani sajátosságait.
4. Nyitott a kritikus önértékelésre, a szakmai továbbképzés különböző formáira, folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását,

#### Önállóság és felelősség

1. Képes marketing menedzsment feladatok megtervezésére, marketing döntések gyakorlatba való átültetésére és azok irányítására.
2. A szervezeti struktúrában elfoglalt helyének megfelelő önállósággal és felelősséggel szervezi munkáját
3. Önálló, konstruktív és asszertív az intézményen belüli és kívüli együttműködési formákban.

### Oktatásmódszertan

Előadások, esetpéldák feldolgozásával illusztrálva.

### Tanulástámogató anyagok

- Petruska Ildikó – Iványi Tamás: Marketing menedzsment (MBA és Számvitel mesterszak oktatási segédlet, BME GTK MVT, 2021)

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése A tárgy írásbeli vizsgával zárul.

### Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: A tanultak gyakorlati alkalmazásához kapcsolódó bónuszfeladatok a félév során kerülnek meghirdetésre az adott félév ütemezéséhez igazodva. A bónuszfeladatok megoldásával szereshető pontok a vizsgába beszámíthatók, a félév során ismertett szempontok alapján. B. Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés

(vizsga vagy szigorlat) vizsga érdemjegy: 60 perces, 100 pontos írásbeli vizsga A vizsga elemei: Változatos feladatok – rövid esszékérdések, feleletválasztós kérdések stb. – a tananyagnak a tárgyismertetőben kijelölt részeiből.

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- írásbeli vizsga: 100%
- összesen: 100%

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírás megszerzésének nincs feltétele.

### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91-100
Jeles	81-90
Jó	71-80
Közepes	61-70
Elégéséges	50-60
Elégtelen	0-49

### Javítás és pótlás

Ismételt vizsga a TVSz szerint.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	12x2=24
folyamatos tanulás	12x3=36
vizsgafelkészülés	90
összesen	150

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2021. ... -n, érvényes 2021. ... -tól.

# 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 Marketingkonceptió és –menedzsment
- 2 Marketingkörnyezet és marketingkutatás
- 3 Fogyasztói és üzleti piac
- 4 Businessmarketing és beszerzői magatartás
- 5 Értékvezérelt marketingstratégiai döntések
- 6 Termékmenedzsment
- 7 Márkamenedzsment
- 8 Árstratégiai döntések
- 9 Az értékesítési rendszer
- 10 Integrált online és digitális marketingkommunikáció

### További oktatók

Dr. Petruska Ildikó egyetemi docens     petruska.ildiko@gtk.bme.hu

Iványi Tamás            egyetemi tanársegéd   ivanyi.tamas@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 Vállalatgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.