



TANTÁRGYI ADATLAP

STRATÉGIAI MARKETING

BMEGT20MN39

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

STRATÉGIAI MARKETING

Azonosító

BMEGT20MN39

A tantárgy jellege

kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

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

Tanulmányi

teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

típusa

félévközi

érdemjegy

Kreditszám

3

Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

Dr. Kelemen-Erdős Anikó	egyetemi docens	kelemen-erdos.aniko@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; angol - EN

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: Szabadon választható tárgyak

Tantárgy szerepe: Szabadon választható

Ajánlott félév: 0

Szak: **Vezetés és szervezés MSc (angol nyelven) 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **2**

Szak: **Vezetés és szervezés mesterszak 2019/20/1 félévtől (Őszi féléves kezdés)**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **0**

Szak: **Vezetés és szervezés mesterszak 2020/21/2 félévtől (Tavaszi féléves kezdés)**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **0**

Szak: **Műszaki menedzser MSc - Menedzsment specializáció 2016/17/1-től kezdettek részére**

Tantárgy szerepe: **Szakirányon választható**

Ajánlott félév: **0**

Szak: **Menedzsment köt.vál. blokk**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **3**

Szak: **Műszaki menedzser MSc - Menedzsment specializáció**

Tantárgy szerepe: **Szakirányon választható**

Ajánlott félév: **0**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2023.03.29.) az 580251/13/2023 iktatószámon hozott

határozatával, amely érvényes 2023.03.29-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tárgy célja bemutatni a stratégiai marketing fogalmi kereteit, a marketingtervezés elméleti alapjait és gyakorlati feladatait. A hallgatók rálátást szereznek arra, hogy egy szervezet versenyképességében milyen szerepet játszik a marketing tudatos, szisztematikus tervezésen alapuló alkalmazása. Cél továbbá elméleti keretet és módszertani ismereteket nyújtani ahhoz, hogy a hallgatók megértsék a stratégiai marketingtervezés egyes részterületeit, a piaci döntések hatásmechanizmusait. Mindezen ismeretek a stratégia értékelvű megközelítésének kontextusában kerülnek bemutatásra.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri a stratégiai marketing fogalomkészletét, a marketingtervek típusait, átlátja a marketingtervezés vállalati szerepét, lépéseit.
2. Áttekintéssel rendelkezik a stratégiai, az üzleti és a marketingtervezés kapcsolatrendszeréről, az értékelvű megközelítés koncepciójáról és a tervezési gyakorlatba való átültetéséről.
3. Magabiztos tudást szerez a marketingtervezéshez szükséges környezetelemzési és információszerzési modellekről, módszerekről. Elméleti keretekkel rendelkezik ahhoz, hogy komplex döntési helyzetekben összehangolja a marketing eszközöket és programokat, valamint ezek stratégiai és taktikai vonatkozásait.

Képesség

1. Jó helyzetfelismerési és reagálási képességgel rendelkezik, megfelelő struktúrákban tud gondolkodni. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával képes egy marketingterv összeállítására, a problémák strukturált megfogalmazására, célkijelölésre, a megfelelő elemzési módszerek kiválasztására és alkalmazására.
2. Képes a marketingtervezés mellett racionális érvek kifejtésére, a vállalaton belül más funkcionális területek menedzsereivel való hatékony kommunikációra, a források elosztására a tervben meghatározott programok között.
3. Szakmai szóhasználata során magabiztosan használja a stratégiai marketing szókincsét, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit.

Attitűd

1. Rugalmasságot, a változásokra való érzékenységet, proaktív magatartást tanúsít. Projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
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. Nyitott a kritikus önértékelésre, a szakmai továbbképzés különböző formáira és törekszik önmaga fejlesztésére.
4. Tudatosan képviseli azon módszereket, amelyekkel saját szakmájában dolgozik, és elfogadja más tudományágak eltérő módszertani sajátosságait.

Önállóság és felelősség

1. Képes összetett marketingtervezési feladatok elvégzésére, illetve azok irányítására.
2. A szervezeti struktúrában elfoglalt helyének megfelelő önállósággal és felelősséggel szervezi munkáját és az irányítása alatt dolgozó munkatársak tevékenységét.
3. Önálló, konstruktív és asszertív az intézményen belüli és kívüli együttműködési formákban.

Oktatásmódszertan

Előadások, önállóan vagy csoportmunkában készített feladatok és ezek prezentálása.

Tanulástámogató anyagok

- A tárgyhoz kapcsolódó jegyzet és a prezentációk a <https://edu.gtk.bme.hu> a tárgy neve alatt letölthetőek.
- Obligatory: written material designed for the course, or recommended textbook, and slideshows (<https://edu.gtk.bme.hu>)

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése : A tárgy folyamatos számonkérésű, az ismeretek felmérésére a kurzusok nyelve alapján az alábbi: - magyar nyelvű kurzus esetén: 2 zárthelyi dolgozat (egyenként 50 pont) szolgál, melyek közel azonos nehézségű és súlyú témaköröket tartalmaznak

Teljesítményértékelési módszerek

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Minden ZH az adott témakörhöz kapcsolódó fogalmakra, alapvető összefüggésekre kérdez rá. Ez jellemzően tesztjellegű, esetleg rövid, néhány szavas válaszokat igénylő feladatokból, kérdésekből áll. A félév teljesítésének feltétele összesen legalább 50 pont megszerzése a ZH-k összesített eredményei alapján. 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. részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): 50
- 2. részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): 50
- opcionális önálló munka (házi feladat): 20
- összesen: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	81–90
Jó	71–80
Közepes	61–70
Elégséges	50–60
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

A. Javítási és pótlási lehetőségek részletes leírása: • A TVSZ vonatkozó pontjainak értelmében – maximum egy zárthelyi pótolható. • Javítás esetén a pótZH-n elért eredmény számít a végeredménybe. (Rontani is lehet!) • Javításnak – az eredeti 2 zh alapján – a legalább elégséges osztályzatot elért hallgatók újbóli ZH írása számít. • A félévközi jegy megszerzésére a zárthelyiken és azok megadott időpontban való pótlásán kívül más lehetőség nincs. • Az önálló munka (házi feladat) nem pótolható.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	24
felkészülés a teljesítményértékelésekre	66
összesen	90

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2023.03.13-án. Érvényes 2023.03.13-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 Stratégiai marketingtervezés
- 2 A stratégiai helyzetelemzés előnyei, folyamata, szintjei, modelljei
- 3 Szegmentáció és célpiaci stratégiák
- 4 A termék / piac növekedési lehetőségek elemzése és a megvalósítás marketing eszközei
- 5 Pozicionálás szempontjai, módjai, stratégiái
- 6 Marketing Mix I.
- 7 Marketing Mix II.
- 8 Marketing Mix III.

További oktatók

Dr. Petruska Ildikó	egyetemi docens	petruska.ildiko@gtk.bme.hu
Dr. Szalkai Zsuzsanna	egyetemi docens	szalkai.zsuzsanna@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 Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.