

Tárgytematika

Félév:	2012/13/2
Tárgynév:	Marketing alapjai
Tárgykód:	ALITVA1141
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Dr. Happ Éva
Tárgy követelménye:	Vizsga
Tárgy heti óraszám:	0/0/0
Tárgy féléves óraszám:	10/0/0

Oktatás célja:

A tantárgy oktatásának célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek a marketing alapvető koncepcionális kérdéseivel, a marketing döntések információs hátterével, az alkalmazható eszköztárral és a marketing technikákkal. Az itt elsajátított ismereteket a hallgatóknak későbbi tanulmányaik során, valamint a gyakorlatban is tudniuk kell alkalmazni.

Tantárgy tartalma:

1. Bevezetés a marketing fogalomrendszerébe
Piaci alapfogalmak, a piacok csoportosítása.
A marketing meghatározása, a marketing fejlődésének főbb szakaszai
1. A fogyasztói magatartás
A szükségletkialakítás folyamata,
A fogyasztói magatartást befolyásoló főbb tényezők.
A vásárlási folyamat, vásárlási szerepek és magatartástípusok.
3. A szervezetek beszerzési magatartása
A szervezeti vásárlók.
Beszerzési helyzetek,
A beszerzési folyamat.
1. Célpiaci marketing, a piac szegmentálása
Piacszegmentáció, szegmentálási módszerek
Célcsoportképzés,
Termékpozicionálás
1. Termékpolitika
Termékfejlesztés, Termékpolitikai döntések.
Az Ansoff mátrix, a BCG portfólió mátrix.
1. Árpolitika
Az ár kialakítás piaci tényezői,
Árstratégia és ártaktika.
Fedezeti pont számítás.
1. Értékesítéspolitikai
Marketing csatornapolitika.

Tárgytematika

Félév:	2012/13/2
Tárgynév:	Marketing alapjai
Tárgykód:	ALITVA1141
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Dr. Happ Éva
Tárgy követelménye:	Vizsga
Tárgy heti óraszám:	0/0/0
Tárgy féléves óraszám:	10/0/0

Tantárgy tartalma:

A disztribúciós rendszer.
Az értékesítési csatorna főbb változatai.

1. Marketingkommunikáció

ATL eszközök
BTL eszközök

1. Marketingkutató

Piackutatás
A marketing információs rendszer

1. A marketing menedzsment

Marketingszervezet,
Marketingtervezés, marketing stratégia

A marketing sajátos területei: nemzetközi marketing, non-profit marketing, szolgáltatásmarketing
Összefoglalás

Számonkérési és értékelési rendszere:

A tantárgy oktatásának alapkövetelménye az előadások látogatása. A tantárgy lezárása kollokviummal történik.

Kötelező irodalom:

Kötelező irodalom:

Dr. Veres Zoltán, Dr. Szilágyi Zoltán: [A marketing alapjai](#), Perfekt Kiadó (2005)

Ajánlott irodalom:

Fritz – Karl Ferner: Idegenforgalmi marketing

Bauer András – Berács József: Marketing, Aula Kiadó, Budapest (1996)

Philip Kotler: Marketing menedzsment, KJK-Kerszöv, Budapest (2002)