

# Tárgytematika

Félév:	2014/15/2
Tárgynév:	Marketing alapjai
Tárgykód:	ALITVA1141
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Happ Éva Dr.
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:	2014/15/2
Tárgynév:	Marketing alapjai
Tárgykód:	ALITVA1141
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Happ Éva Dr.
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)