

Tárgytematika / Course Description

Marketing alapjai

ALITVA1141

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Ivancsóné dr. Horváth Zsuzsanna

Félév / Semester: 2016/17/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 8/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

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 / DESCRIPTION

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. Értékesítéspolitika
Marketing csatornapolitika.
A disztribúciós rendszer.
Az értékesítési csatorna főbb változatai.
1. Marketingkommunikáció

- ATL eszközök
 - BTL eszközök
 - 1. Marketingkutató
 - Piackutató
 - A marketing információs rendszer
 - 1. A marketing menedzsment
 - Marketingstruktúra,
 - Marketingtervezés, marketing stratégia
 - A marketing sajátos területei: nemzetközi marketing, non-profit marketing, szolgáltatásmarketing
 - Összefoglalás
-

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

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

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

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)