

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing alapjai

ALITVA1141

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** Ivancsóné dr. Horváth Zsuzsanna

**Félév / Semester:** 2018/19/1

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

**Teaching hours(sem.):** 9/0/0

---

### 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, Termékpólitikai döntések.

Az Ansoff mátrix, a BCG portfólió mátrix.

1) Árpólitika

Az árkiakítás piaci tényezői,

Árstratégia és ártaktika.

Fedezeti pont számítás.

1) Értékesítéspolitikai

Marketing csatornapólitika.

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

Marketingszervezet,

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)