

Tárgytematika / Course Description

Marketing alapjai

ALITVA1141

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Ivancsóné dr. Horváth Zsuzsanna

Félév / Semester: 2018/19/2

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, 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.

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)