

**Tárgytematika / Course Description****Marketing az oktatásban****ALPIVA1071****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** Csenger Lajos Antalné dr.**Félév / Semester:** 2022/23/2**Beszámolási forma /****Assesment:** Folyamatos számonkérés**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 alapvető célja a marketing és marketingkommunikáció oktatási intézményekben alkalmazható interpretációinak, módszerinek a feltérképezése. A tárgy keretében a hallgatók ismereteket szereznek a marketing és a marketingkommunikáció módszereiről. A tananyag megismerteti az egyes területek elméleti vonatkozásaival és gyakorlati alkalmazásaival.

Cél a téma irodalmának alapos megismerése, valamint csoportos munka során a marketing és -kommunikáció egy-egy sajátos színterének elemző bemutatása. További cél, hogy a tananyag elsajátítása révén a hallgatók képessé váljanak arra, hogy megértsék a marketinggel és a marketingkommunikációval történő befolyásolás lehetőségeit és korlátait, értékeljék a marketingeszközök ügyfélszokásokra és választási döntésekre gyakorolt hatását. Lássanak példát a hírnév fontosságára, annak tudatos építésére, a marketing 4P és 7P, valamint a 4C jelentésére. Megismerjék az ügyfélkapcsolati marketing és kommunikáció alkalmazásának lehetőségét az A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága.

**TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION****A tananyag tartalma 3x3 óra tartamra bontva:**

<b>Időszak</b>	<b>A feldolgozandó tananyag témája</b>
1. blokk	A marketingkommunikáció helye a társadalmi kommunikáció rendszerében. A marketing és a marketingkommunikáció elemei, eszközei (7P, 4P, 4C). Generációs marketing; A félévi feladatok pontosítása (dolgozat)

2. blokk	Ügyfélkapcsolati marketing és kommunikáció alkalmazása az oktatási intézményekben (CRM)  Hírnév, imázs, arculat; A hírnév értéke, mérhetősége; A hírnévvesztés ára
3. blokk	Online marketing eszközök az oktatásban;  Házi dolgozatok írásos változatának leadása; A feldolgozott témák előadása: Oktatási intézmények marketingkommunikációs, imázs/hírnév építő tevékenysége; Iskolai rendezvények marketing értéke;

---

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

### Félévközi hallgatói munka:

Beadandó házi dolgozat készítése megadott témában:	60 pont
Prezentáció a házi dolgozatról	30 pont
Órai gyakorlatok: pont	10

Az órákon való részvétel kötelező, megengedett maximális hiányzás: 2. Ennél több hiányzás esetén a félév nem teljesítettnek tekintendő.

### Házi dolgozat témák:

1. Egy oktatási intézmény marketingkommunikációs tevékenységének vizsgálata
2. Iskolai rendezvények marketing értéke
3. A tudatos imázsépítés példái az oktatási intézmények köréből

### Az értékelés módja

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

---

## KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

### Irodalom:

### Kötelező irodalom:

Reketye Gábor, Törőcsik Mária, Hetesi Erzsébet (2015): Bevezetés a marketingbe. Akadémiai Kiadó

### Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Bauer András, Berács József, Kenesei Zsófia (2014): Marketing alapismeretek. Akadémiai Kiadó

Carbone, L. (2019): Saját kezűleg: Online marketing. Quintx Kft (Fordította: Rhédey S. István)

Little, Ed –Marandi, Ebi (2008): Kapcsolati marketing. Budapest, Akadémia Kiadó