

Tárgytematika

Félév:	2013/14/2
Tárgynév:	Marketing alapjai
Tárgykód:	ANITVA1141
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Happ Éva Dr.
Tárgy követelménye:	Vizsga
Tárgy heti óraszám:	2/0/0
Tárgy féléves óraszám:	0/0/0

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.
- 2) 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.
- 4) Célpiaci marketing, a piac szegmentálása
Piacszegmentáció, szegmentálási módszerek
Célcsoportképzés,
Termékpozicionálás
- 5) Termékpolitika
Termékfejlesztés, Termékpolitikai döntések.
Az Ansoff mátrix, a BCG portfólió mátrix.
- 6) Árpolitika
Az ár kialakítás piaci tényezői,
Árstratégia és ártaktika.
Fedezeti pont számítás.
- 7) Zárthelyi dolgozat
- 8) Értékesítéspolitikai

Tárgytematika

Félév:	2013/14/2
Tárgynév:	Marketing alapjai
Tárgykód:	ANITVA1141
Felelős szervezet neve:	Idegenforgalmi Intézeti Tanszék
Felelős szervezet kódja:	AA12
Tárgyfelelős neve:	Happ Éva Dr.
Tárgy követelménye:	Vizsga
Tárgy heti óraszám:	2/0/0
Tárgy féléves óraszám:	0/0/0

Tantárgy tartalma:

Marketing csatornapolitika.
A disztribúciós rendszer.
Az értékesítési csatorna főbb változatai.
9) Marketingkommunikáció
ATL eszközök
BTL eszközök
10) Marketingkutató
Piackutató
A marketing információs rendszer
11) A marketing menedzsment
Marketingszervezet,
Marketingtervezés, marketing stratégia
12) A marketing sajátos területei: nemzetközi marketing, non-profit marketing, szolgáltatásmarketing
13) Összefoglalás, konzultáció

Számonkérési és értékelési rendszere:

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

A félév során a hallgatók egy zárthelyi dolgozatot írnak, amelynek eredményes megírása az aláírás feltétele. A zárthelyi dolgozat egyszer javítható.

A vizsgára bocsátás feltétele a félév végi aláírás megszerzése.

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)