

# Tárgytematika

Félév:	2014/15/1
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 háttérével, 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:	2014/15/1
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)