

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing alapjai

ANITVA1141

**Tárgyfelelős neve /**

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

**Félév / Semester:** 2015/16/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 2/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

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

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy oktatásának célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek a marketing alapvető koncepcionális kérdéseivel, a marketing döntések információs háttérével, az alkalmazható eszköztárral és a marketing technikákkal. Az itt elsajátított ismereteket a hallgatónak későbbi tanulmányai 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.
- 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  
Marketing csatornapolitika.  
A disztribúciós rendszer.  
Az értékesítési csatorna főbb változatai.
- 9) Marketingkommunikáció

ATL eszközök

BTL eszközök

10) Marketingkutatás

Piackutatás

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 / ASSESSMENT'S METHOD**

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 / 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)