

Tárgytematika / Course Description

Marketing alapjai

ANITVA1141

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Ivancsóné dr. Horváth Zsuzsanna

Félév / Semester: 2016/17/1

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) Marketingkutató

Piackutató

A marketing információs rendszer

11) A marketing menedzsment

Marketing szervezet,

Marketing tervezés, 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)