

# Tárgytematika

<b>Félév:</b>	2013/14/1
<b>Tárgynév:</b>	Marketing, nonprofit marketing
<b>Tárgykód:</b>	ANTKAA3091
<b>Felelős szervezet neve:</b>	Társadalomtudományi, Felnőttképzési és Közművelődési Intézeti Tanszék
<b>Felelős szervezet kódja:</b>	AA17
<b>Tárgyfelelős neve:</b>	Dr. Remsei Sándor
<b>Tárgy követelménye:</b>	Évközi jegy
<b>Tárgy heti óraszám:</b>	1/1/0
<b>Tárgy féléves óraszám:</b>	0/0/0

---

## Oktatás célja:

### I. OKTATÁS CÉLJA:

A hallgatók a tantárgy oktatása során megismerik a marketing alapjait, fogalomrendszerét. Elsajátítják nonprofit vállalkozások működtetéséhez szükséges marketing alapismereteket és az eszközrendszer szakszerű alkalmazását. A tantárgy oktatásának célja a marketingszemlélet kialakítása a hallgatókban, továbbá a marketing, mint a sikeres működést meghatározó tevékenység gyakorlati elsajátítása.

## Tantárgy tartalma:

### I. TANTÁRGY TARTALMA:

- A marketing fogalma, fejlődése, folyamatai. A vállalkozások marketingkörnyezete.
- A fogyasztói magatartás.
- A marketinginformációs rendszer
- A piac szegmentálása, célpiaci marketing
- Marketingstratégia-tervezés
- Termékpolitika, nonprofit terméksajátosságok
- Árképzés, árpolitika
- Az értékesítési csatornák
- Marketingkommunikáció
- Szolgáltatásmarketing, mint a nonprofit szektor sajátos eszköze
- E-marketing
- ZH

## Számonkérési és értékelési rendszere:

### I. SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENSZER:

**Aláírás feltétele:** ZH megírása, 50% feletti eredménnyel

# Tárgytematika

<b>Félév:</b>	2013/14/1
<b>Tárgynév:</b>	Marketing, nonprofit marketing
<b>Tárgykód:</b>	ANTKAA3091
<b>Felelős szervezet neve:</b>	Társadalomtudományi, Felnőttképzési és Közművelődési Intézeti Tanszék
<b>Felelős szervezet kódja:</b>	AA17
<b>Tárgyfelelős neve:</b>	Dr. Remsei Sándor
<b>Tárgy követelménye:</b>	Évközi jegy
<b>Tárgy heti óraszám:</b>	1/1/0
<b>Tárgy féléves óraszám:</b>	0/0/0

---

## Számonkérési és értékelési rendszere:

egy rendezvény lebonyolítási és marketing tervének elkészítése, bemutatása

**Az osztályzat kialakításának módja:**a ZH és a szeminárium beszámoló eredménye alapján

0-59%	elégtelen
60-69%	elégséges
70-79%	közepes
80-89%	jó
90-100%	jeles

## Kötelező irodalom:

### I. IRODALOM:

Barry MacLeish: Sikeres marketingstratégiák nonprofit szervezetek részére, CO-NEX, Budapest (1997)  
Bauer András – Berács József: Marketing, Aula Kiadó, Budapest (1996)  
Philip Kotler: Marketing menedzsment, KJK-Kerszöv, Budapest (2002)  
Előadások anyaga

Oktató: Dr. Remsei Sándor