

Tárgytematika / Course Description

Marketing információs, döntéstámogató és kontrolling rendszer

KGLM_MMTM029

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Józsa László

Félév / Semester: 2019/20/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 12/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy szerepe a szakképzés céljának megvalósításában:

A tantárgy célja a szervezetek marketing működésének ellenőrzését szolgáló mutatók és összefüggéseik bemutatása, a marketing döntéstámogató és kontrolling rendszerek felépítésének, tervezésének elsajátíttatása. A tárgy során a hallgatók

-elsajátítják a fő marketingmutatókat ,

-megismerkednek a a marketing döntéstámogató és kontrolling rendszerekkel, alkalmazásuk gyakorlati tudnivalóival

-képesek lesznek a gyakorlati életben értelmezni a mutatószámokhoz szükséges paramétereket, felismerni alkalmazásuk szükségességét, előnyeit és hátrányait, ezáltal fejlesztve a szervezet működését, fokozva eredményességét.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. hét: Bevezetés
2. hét: A szív, az ész és a piac viszonya
3. hét: Árrések és profitok I.
4. hét: Árrések és profitok II.
5. hét: Termék- és portfóliómenedzsment
6. hét: Fogyasztói jövedelmezőség
7. hét: Értékesítők és csatornamenedzsment I.
8. hét: Értékesítők és csatornamenedzsment II.
9. hét: Árképzési stratégiamutatók

10. hét: A piacbefolyásolás hatékonysága

11. hét: Reklámeszköz- és webmutatók I.

12. hét: Reklámeszköz- és webmutatók II.

13. hét: Marketing és pénzügyek

14. hét: A marketingmutatók átvilágítása

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

A jegy írásbeli vizsga alapján kerül megszerzésre.

Az értékelés pontszámai:

0-50 pont elégtelen

51-65 pont elégséges

66-80 pont közepes

81-90 pont jó

91-100 pont jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Farris, P. W.- Bendle, N.T.- Pfeifer, P. E.- Reibstein, D. J.: Marketingmérések, Scolar Kiadó 2008
