

Tárgytematika / Course Description

Kapcsolati és non-profit marketing és menedzsment

KGLM_MMTM054

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2017/18/2

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 kapcsolati marketing szemléletének, szellemének elsajátíttatása a hallgatókkal. A kapcsolati marketing speciális fogalomkörének, eszköztárának és üzleti szerepének megismertetése. A tárgy másik célja bemutatni a non-profit szektor jellegzetességeit, és a marketing eszközök sajátos alkalmazási területeit.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

A kapcsolati marketing lényege, jellemzői.
A kapcsolati marketing mozgatói (drivererek).
Kapcsolati marketing programok tervezése és végrehajtása. I.
Kapcsolati marketing programok tervezése és végrehajtása. II.
Kiemelt ügyfél menedzsment (Key account management).
Ügyfélkapcsolat menedzsment (Customer relationship management).
A kapcsolatok monitorozása és ellenőrzése.
A non-profit szektor kialakulása, jellemzői. A non-profit marketing fejlődése.
Marketing menedzsment a nonprofit szektorban. I.
Marketing menedzsment a nonprofit szektorban. II.
Szektorsemleges nonbusiness tevékenységek. Önkéntesség, adományozás. Ügymarketing.
Társadalmi marketing.
Településmarketing.
Kapcsolati marketing szerepe a nonprofit szervezetekben.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: beadandó feladat elkészítése és határidőre történő leadása. Beadandó feladat: 30%. Írásbeli vizsga: 70% (min. 36% kell az érvényes jegyhez). A félévi érdemjegy meghatározása a házi dolgozatra és az elméleti vizsgára adott pontszám alapján: 0-50% elégtelen, 51-66% elégséges, 67-80% közepes, 81-90% jó, 91-100% jeles.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

1. Hetesi E.-Veres Z.: Nonbusiness marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2013.
2. Ed Little - Ebi Marandi: Kapcsolati marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2005.

Válogatott fejezetek a következő művekből:

1. Piskóti István: Régió- és településmarketing, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012.
 2. Sas István: Reklám a jóért, Kommunikációs Akadémia, 2010.
-