

## Tárgytematika / Course Description

### Kapcsolati és non-profit marketing és menedzsment

KGLM\_MMTM054

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2021/22/1

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 nonprofit marketing szektorális megközelítése

Marketingmenedzsment a nonprofit szervezetekben I.

Marketingmenedzsment a nonprofit szervezetekben II. (marketingmix)

Szektorsemlleges és interszektoralis nonbusiness teruletek I. (onkentesség, adomanyozas, szponzorálás)

Szektorsemlleges és interszektoralis nonbusiness teruletek II. (ugymarketing)

Szektorsemlleges és interszektoralis nonbusiness teruletek III. (tarsadalmi felelossegvallalas)

Szektorsemlleges és interszektoralis nonbusiness teruletek IV. (tarsadalmi celu marketing)

A kapcsolati marketing fogalmi keretei

A kapcsolati marketing lenyege, jellemzoi

A kapcsolati marketing mozgatoi (driverek)

---

## **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.