

## Tárgytematika / Course Description

### Komplex marketing tervek készítése

KGLM\_MMTM081

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Dernóczi-Polyák Adrienn

**Félév / Semester:** 2022/23/2

**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

Oktatás célja:

A tantárgy célja

- a marketing tervezés folyamatának megismerése,
- komplex marketing tervek készítési gyakorlatának elsajátítása.

A tárgy során a hallgatók

- megismerkednek a marketingtervezés jelentőségével és folyamatával,
- képesek lesznek a gyakorlati életben kivitelezni egy marketing tervet, ami különböző problémák megoldásában nyújthat segítséget a vállalatoknak.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Tantárgy tartalma:

Időszak A feldolgozandó tananyag témája

1. hét Bevezetés
2. hét A marketingterv kidolgozásának megtervezése
3. hét Helyzetelemzés
4. hét A környezet vizsgálata
5. hét Célok és célkitűzések meghatározása
6. hét A marketingstratégia kialakítása I.
7. hét A marketingstratégia kialakítása II.
8. hét A marketingtaktikák kialakítása
9. hét A legfontosabb internetes marketingtaktikák
10. hét Előrejelzési módszerek a marketingtervben
11. hét Fontosabb pénzügyi mutatók számítása a marketingtervhez
12. hét A marketingterv bemutatása
13. hét Megvalósítás
14. hét Komplex marketing tervek bemutatása a gyakorlatban

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Számokérési és értékelési rendszere

Beadandó feladat elkészítése: 55 pont

Beadandó feladat prezentálása: 15 pont

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

- 0 - 50 % elégtelen
- 51 - 65 % elégséges
- 66 - 80 % közepes
- 81 - 90 % jó
- 91 - 100 % jeles

---

### KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Cohen, W. A.: Marketingtervezés, Akadémiai Kiadó 2009

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Józsa, L.: Marketingstratégia, Akadémiai Kiadó 2004

Nádor, É. Az üzleti tanácsadás marketingje, Akadémiai Kiadó 2007.