

Tárgytematika

Szolgáltatás marketing

LGB_SV023_1

Tárgyfelelős neve: dr. Makkos-Káldi Judit

Félév: 2013/14/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 9/0/0

OKTATÁS CÉLJA

A fejlett országok gazdaságában a szolgáltatások szektora változik a legdinamikusabban, jelentősége minden gazdasági mérőszám szerint fokozatosan nő. Ez a tendencia felértékeli a szolgáltatások piacán alkalmazható eszközök és technikák elsajátításának, és alkalmazási lehetőségei megismerésének fontosságát.

A szolgáltatásmarketing szakirodalma – a szolgáltatások gazdasági szerepének emelkedésével párhuzamosan – folyamatosan bővül. Mind tankönyvek, mind hazai és külföldi esettanulmányok támogatják a tantárgy oktatását.

TANTÁRGY TARTALMA

Témák száma	A feldolgozandó tananyag témája
1. téma	A szolgáltatások gazdasági jelentősége - követelményrendszer ismertetése
2. téma	A szolgáltatások marketing-szemponú vizsgálata
3. téma	HIPI elv
4. téma	Sztenderdizáció - adaptáció
5. téma	Minőségmenedzsment
6. téma	Fizetésmenedzsment
7. téma	Kapacitásmenedzsment, yield menedzsment
8. téma	Márkamenedzsment, tárgyasítás
9. téma	Franchise
10. téma	Frontvonal menedzsment
11. téma	Belső ügyfél politika, aktív ügyfél politika
12. téma	Panasz-situáció menedzsment
13. téma	Folyamatmenedzsment, fázis-specifikus marketing

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

6. Félévközi hallgatói munka:

A féléves aláírás feltétele: A beadandó feladat határidőre történő leadása.

Zárthelyi, vizsga

1 beadandó feladat 35 pont

Írásbeli vizsga 65 pont (minimum 33 pont szükséges az érvényes jegyhez!)

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

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

KÖTELEZŐ IRODALOM

Kötelező irodalom:

Veres Zoltán (2009): A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémia Kiadó Zrt. Budapest

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Hoffman, K. D. – Bateson, J. E. G.: Essentials of Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases Thomson Learning, 2001.