

## Tárgytematika

### Marketing információs, döntéstámogató és kontrolling rendszer

LGM\_SV014\_1

**Tárgyfelelős neve:** dr. Józsa László

**Félév:** 2013/14/1

**Beszámolási forma:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám:** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám:** 12/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA

#### 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

#### Oktatási hétre bontva:

#### Időszak A feldolgozandó tananyag témája

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**

**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**

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