

Tárgytematika
Komplex marketing tervek készítése
LGM_SV020_1

Tárgyfelelős neve: dr. Keller Veronika

Félév: 2011/12/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 15/0/0

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

4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

Időszak

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

6. Félévközi hallgatói munka:

A féléves aláírás feltétele:

a szemináriumi órákon való részvétel

a szimulációs játékban való részvétel

Zárthelyi, vizsga

Szimulációs játék: 40%

Beadandó feladat elkészítése: 50%

Beadandó feladat prezentálása: 10%

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

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