

## **Tárgytematika**

### **Komplex marketing tervek készítése**

**LGM\_SV020\_1**

**Tárgyfelelős neve:** dr. Keller Veronika

**Félév:** 2011/12/2

**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