

Tárgytematika / Course Description

Komplex marketing tervek készítése

LGM_SV020_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2018/19/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

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

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 / ASSESSMENT'S METHOD

6. Félévközi hallgatói munka:

Az aláírás feltétele a gyakorlati órákon való részvétel, megengedett hiányzás két óra. A félév végén a félév során elkészített és határidőre leadott marketing terv prezentálása történik meg.

Beadandó feladat elkészítése: 55%

Beadandó feladat prezentálása: 15%

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

- 0 - 35 pont elégtelen
 - 36 - 46 pont elégséges
 - 47 - 56 pont közepes
 - 57 - 63 pont jó
 - 64 - 70 pont jeles
-

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

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
