

Tárgytematika / Course Description

Közlekedés kereskedelem technikája

NGB_LO004_3

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Németh Péter

Félév / Semester: 2015/16/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/0/0

Tárgy féléves óraszám /

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

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy keretében a hallgatók a félév során az általános és közl. marketing alapjaival ismerkedhetnek meg, ebben a témakörben hallgathatnak előadásokat.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Előadások témakörei

Előadó: Dr. Monori Pál

Hét

Téma

1.

Marketing kialakulása, fogalma.

2.

Vásárlás folyamata termékeknél, szolgáltatásoknál, közl. szolgáltatásoknál.

3.

Vásárlói magatartás külső és belső tényezői, értelmezése a közl. szolgáltatásoknál.

4.

Piac fogalma, formái. STP stratégia. Közlekedési piac sajátosságai, keresleti oldal, kínálati oldal.

5.

Marketing-mix elemei, szinergiahatás. Termékpolitika.

6.

A szolgáltatás, mint különleges termék. HIPI elv és következményei.

7.

Közlekedési szolgáltatások sajátos jellege. 7P értelmezése.

8.

Árpolitika, árképzés az áru fuvarozásban, személyszállításban.

9.

Értékesítéspolitikai. Place elem értelmezhetősége a szolgáltatásoknál, közlekedésben.

10.

Reklámpolitika, reklám mint kommunikáció, reklám formái, eszközei. Médiumok. Reklám lehetőségei a közlekedésben.

11.

Marketingkutatók célja, lehetőségei. Eljárások – ezek alkalmazhatósága a közl. szolgáltatásoknál.

12.

Marketing stratégia kialakítása.

13.

Non-Business Marketing – megjelenése , lehetőségei a közlekedésben.

14.

Összefoglalás.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A félév kollokviummal zárul, amelyen az előadáson elhangzottak és jelzettek kerülnek számonkérésre.

A hallgatók a közzétett témák megfelelő színvonalú kidolgozásával a jegyüket egy szinttel emelhetik – de ez nem vonatkozik az elégtelen vizsgajegyre.

Értékelés módja:

Az írásbeli feladat beadási határideje: 2016.05.03. pót határidő: 2016.05.06.

Az írásbeli vizsgán a megszerezhető pontszám 51 % - át el kell érni.

Szintemelő vizsga esetén az időpontot a Tanszékkal kell egyeztetni!

A vizsgadolgozat értékelése:

| | |
|---------|-----------|
| 0-50 % | elégtelen |
| 51-61 % | elégséges |
| 62-73 % | közepes |
| 74-85 % | jó |
| 86 % | jeles |

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Ajánlott irodalom:

- **Bauer-Berács: Marketing (Aula Kiadó)**
- **dr. Kiss Mariann: Marketing mérnököknek**
- **P. Kotler: Marketing management**

Monori: Marketing II.