

Tárgytematika

Komplex marketing tervek készítése

NGM_SV020_1

Tárgyfelelős neve: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév: 2012/13/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 2/2/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

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

Időszak A feldolgozandó tananyag témája

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

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. A gyakorlati órákon az aktivitás, a félév során kiadott feladatok elkészítése kerül értékelésre.

Órai munka: 30%

Beadandó feladat elkészítése: 55%

Beadandó feladat prezentálása: 15%

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

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.