

## **Tárgytematika**

### **Komplex marketing tervek készítése**

**NGM\_SV020\_1**

**Tárgyfelelős neve:** dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

**Félév:** 2013/14/2

**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.