|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **A tantárgy megnevezése:***Marketing* | **Kód:** *NBG\_GI817K4* | **Kreditszám:***4* |
| **A tantárgyért felelős szervezeti egység:***EKF GTI* | **A kurzus jellege**:*elmélet* | **Kontaktóraszám:***2/0* |
| **Előfeltételek:***-* | **Az értékelés formája**:*kollokvium*  |  |
| **Tantárgyleírás:*****A tantárgy tanításának alapelvei és céljai:**** A tantárgy célja, hogy segítse a diákokat a marketing alapfogalmainak és eszköztárának elsajátításában, valamint ezzel párhuzamosan a marketing-szemléletmód, a vevőközpontúság kialakításában. Ezen célt egyrészt a marketing elméletének és tevékenységeinek világos bemutatásával, másrészt olyan szemléletes példákkal és életszerű feladatokkal éri el, amelyek illusztrálják a fogalmak és eszközök gyakorlati alkalmazásának lehetőségeit és előnyeit.

***Fejlesztendő kompetenciaterületek:****Szakmai tudás*:* A diákok megismerik a marketing folyamatát, kulcsfogalmait, eszközeit és területeit. (Lásd tematika)

*Szakmai képességek:** képesek lesznek a vevők szükségleteinek és igényeinek azonosítására és megértésére,
* stratégiaalkotásra és rövidebb távú marketingprogramok készítésére,
* erős márkák építésére,
* marketing ajánlatok kidolgozására,
* az érték eljuttatására a vevőhöz,
* a márka eredményes kommunikálására,
* hosszú távú, fenntartható növekedés létrehozására,
* a tanult fogalmak és eszközök különböző *business* és *non-business* szituációkban való alkalmazására,
* szakmailag megfelelő, a marketing törvényszerűségeit figyelembe vevő döntések meghozatalára menedzserként, alkalmazottként vagy vállalkozóként

*Szakmai szerepvállalás és elkötelezettség:** elsajátítják a stratégiai szemléletmódot,
* a vevő- és társadalomközpontú gondolkodásmódot,
* a fenntarthatóság elvét,
* a versenytárs-központú hozzáállást,
* a nyitott döntéshozást, azaz az információk szervezeten belüli megosztását.
* tudatosan (megértik és elfogadják a tervszerű marketing fontosságát) és elkötelezetten (átlátják a szervezet működését és az egyén szerepét a szervezetben) tevékenykednek a marketingcélok elérése érdekében.

***A tantárgy főbb tematikai csomópontjai:**** a marketing fogalma, kialakulása, fejlődési szakaszai és eszközei
* a marketingtervezés és a marketingstratégiák
* a fogyasztók, a versenytársak és a piac (marketingkörnyezet)
* a fogyasztók vásárlási és a szervezetek beszerzési magatartása
* a marketing információs rendszer és a marketingkutatás
* piacszegmentáció, célcsoportképzés és pozicionálás
* termék és márkapolitika
* szolgáltatásmarketing
* árképzési politika
* elosztási politika
* marketingkommunikáció
* a marketing speciális területei (pl. digitális marketing, nemzetközi marketing, társadalmi marketing, zöldmarketing, sportmarketing, stb.)

***Követelmények, a tanegység teljesítésének feltételei:**** vizsga

***Munkaformák:**** frontális osztálymunka
 |
| ***Kötelező irodalom:***1. Marketing alapismeretek: A Marketing tantárgy BSc szintű oktatási anyaga / Bauer András, Berács József, Kenesei Zsófia, Budapest: Aula, 2007

***Ajánlott irodalom:***1. Marketing esettanulmányok: kihívások és megoldások a magyar piacon: eset@marketing.edu / szerk. Bernschütz Mária, Deés Szilvia, Kenéz András; [ill. Gaál Zsuzsanna]
2. Marketingkommunikáció: stratégia, új média, fogyasztói részvétel / szerk. Horváth Dóra, Bauer András, Budapest: Akad. K., 2013
3. Marketingmenedzsment / Philip Kotler, Kevin L. Keller, Akadémiai, 2008
4. Marketing a 21. században (Kihívások, trendek, szemléletváltás) / szerk. Svéhlik Csaba, KHEOPS Automobil-Kutató Intézet, 2007
5. Marketing-stratégia és menedzsment / Vágási Mária, Alinea, 2007
 |
| **Tantárgyfelelős:** Dr. Novotny Ádám – főiskolai docens**Oktató:** Dr. Novotny Ádám – főiskolai docens |