

## TANTÁRGY ADATLAP és tantárgykövetelmények

Cím:	<b>Marketing</b>
Tárgykód:	PMTMELS007
Heti óraszám <sup>1</sup> :	20 óra
Kreditpont:	4
Szak(ok)/ típus <sup>2</sup> :	Minőségirányítási rendszermenedzser szakirányú továbbképzési szak
Tagozat <sup>3</sup> :	Nappali
Követelmény <sup>4</sup> :	kollokvium
Meghirdetés féléve <sup>5</sup> :	ősz
Nyelve:	magyar
Előzetes követelmény(ek):	
Oktató tanszék(ek) <sup>6</sup> :	Mérnöki Ismeretek Tanszék
Tárgyfelelős/Előadó:	dr. Mészáros Bernadett
Gyakorlatvezető:	dr. Mészáros Bernadett
<p><b>Célkitűzés:</b> a hallgatók megismertetése a marketing lényegével, működésével, a marketingmenedzsment folyamatával és eszközeivel. Cél, hogy a hallgatók a félév végére egy egyszerű marketing terv összeállítására képessé váljanak, tudják annak szerkezetét, alapvető lépéseit, és képesek legyenek azt adaptálni egy saját, általuk választott termék/fejlesztés marketing tervére.</p>	
<p><b>Rövid leírás:</b>  A kurzus keretében a marketing alapfogalmak, a marketingszemlélet és a marketingmenedzsment folyamat logikája, a fontosabb marketingstratégiai döntések és a marketing eszköztár megismertetésére kerül sor.  Az elsajátítandó kulcsfogalmak, eljárások: Marketing, piac, piacorientáció, értékteremtés, értéklánc, vevőérték, vevő-elégedettség, fogyasztói-vásárlói magatartás, piacszegmentáció, pozicionálás, verseny, piaci stratégiák, marketingkutatás, termék-életciklus, termékdöntések, márkadöntések, csomagolás, szolgáltatás, árképzés, marketingcsatorna, integrált marketingkommunikáció, reklám, vásárlásösztönzés, személyes eladás, DM, online eszközök, Public Relations.</p>	
<p><b>Oktatási módszer:</b> Előadássorozat, mely felöleli a kurzus alapvető ismeretanyagát, melyet minden alkalommal gyakorlati példák egészítenek ki. A tananyagba épített esettanulmányok az ismeretanyag jobb megértését szolgálják. Az esettanulmányok és az előadásokhoz kapcsolódó példák kiválasztásánál szempont a mérnöki alapképzettség, és a minőségirányítási képzési szakirány látásmódjának, igényeinek figyelembe vétele. A féléves munka értékelésében az önálló marketing terv elkészítése, nem csupán a számonkérés egy módja, hanem egyúttal gyakorlati kompetenciát is ad.</p>	
<p><b>Követelmények a szorgalmi időszakban (az aláírás megszerzésének feltételei):</b>  A foglalkozásokon minimum 70%-os, TVSZ előírása (45.§ (2) szerinti részvétel, zárthelyi dolgozat teljesítése, marketing terv elkészítése.</p>	

<sup>1</sup> Tárgykurzus típusok: ea – előadás, gy – gyakorlat, lab – labor

<sup>2</sup> K – kötelező, KV – kötelezően választható, SZ – szabadon választható (fakultatív)

<sup>3</sup> N – nappali, L – levelező, T – táv

<sup>4</sup> a – aláírás, f – félévközi jegy, v – vizsga, s – szigorlat

<sup>5</sup> os – őszi, ta – tavaszi

<sup>6</sup> Több tanszék esetén zárójelbe a terhelés várható százalékos megoszlása

**Javítási (pótlási) lehetőségek:** A szorgalmi időszakra vonatkozó nem elégséges teljesítés esetén a sikeres vizsgajegy megszerzéséhez a teljes ismeretanyagból a vizsgaidőszakban szóbeli vizsga eredményes abszolválása szükséges.

**A kurzus teljesítésének feltételei:**

A félév írásbeli vizsgával zárul.

50,02 – 62 %	<i>elégséges</i>
63 – 74%	<i>közepes</i>
75 – 86 %	<i>jó</i>
87 – 100 %	<i>jeles</i>

Választható beadandó marketingterv is. Akinek nem sikerül az írásbeli vizsga, az a beadandó dolgozattal javíthat rajta.

Írásbeli vizsga az utolsó konzultációs napon, 60 perc időtartamban.

A beadandó határideje: az utolsó konzultációs naptól számított két héten belül legkésőbb.

A beadandó dolgozatra vonatkozó követelmények:

saját termék marketing tervének elkészítése cc. 10 oldal terjedelemben (1 oldal cc. 2 500 karakter), kép, egyéb illusztráció vagy ppt pluszban lehet

Értékelési szempont:

a stratégiai lépések hiánytalan megléte, logikus építkezés, önálló munkavégzés

**Jegyzet, tankönyv, felhasználható irodalom:**

- Fojtik János – Pavluska Valéria (szerk.) (2009): A marketing alapjai. Pécs, PTE KTK.
- Zeller Gyula: Marketing, PTE Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Intézet, Pécs,
- Philip Kotler: Marketing management, Műszaki Könyvkiadó, Budapest
- Rekettye Gábor - Piskóti István - Józsa László - Veres Zoltán: Döntésorientált marketing - Decision-oriented Marketing, KJK Kerszöv, Budapest, 2005.
- Kiss Mariann: Marketing mérnököknek, AKG Kiadó, Budapest, 1996
- Szvitacs István: Marketing, Kézirat

2018. 09 . 05

dr. Mészáros Bernadett

tantárgyfelelős