

TANTÁRGYI TEMATIKA ÉS TELJESÍTÉSI KÖVETELMÉNYEK

	<i>Cím</i>	MARKETING 2.
	<i>Tárgykód</i>	PMTURNB109-EA, PMTURNB109-GY
	<i>Heti óraszám: ea/gy/lab</i>	2/2/45
	<i>Kreditpont</i>	5
	<i>Szak(ok)/ típus</i>	Ipari Termék- és Formatervező (BSc),
	<i>Tagozat</i>	Nappali
	<i>Követelmény</i>	Kollokvium
	<i>Meghirdetés féléve</i>	6.
	<i>Előzetes követelmény(ek)</i>	Marketing 1.
	<i>Oktató tanszék(ek)</i>	Gépészmérnök Tanszék
	<i>Tárgyfelelős</i>	Dr. Kovács Éva
	<i>Oktatók</i>	Dr. Kovács Éva

TÁRGYLEÍRÁS

(Neptunban: Oktatás/Tárgyak/Tárgy adatok/Alapadatok/Tárgyleírás rovat)

A Marketing II. tantárgy keretében a hallgatók olyan szemléletet sajátíthatnak el, olyan elemzési technikákat és módszereket ismerhetnek meg, melyek segítségével értékteremtő munkát végezhetnek, kideríthetik és kielégíthetik mások, a fogyasztók és vásárlók különféle csoportjainak szükségleteit és igényeit, melyet a későbbiekben az üzleti világban hasznosíthatnak.

Hosszútávon jó és sikeres, üzleti szempontból jövedelmező válaszaik lehetnek a munkaerő-piacon. A marketing két dolgot foglal magába: szemléletmódot és eszközrendszert. Ezek ismerete, módszertana, használata nélkülözhetetlen a menedzsment központú világban.

Olyan oktatási program, hogy a hallgatók képesek legyenek kreatív módon, önállóan a marketingkörnyezet releváns elemeit diagnosztizálni és hatékony piacbefolyásoló promóciós mixet konstruálni.

TÁRGYTEMATIKA

(Neptunban: Oktatás/Tárgyak/Tárgy adatok/Tárgytematika ablak)

1. AZ OKTATÁS CÉLJA

(Neptunban: Oktatás/Tárgyak/Tárgy adatok/Tárgytematika/Oktatás célja rovat)

A képzés célja, hogy a mérnök hallgatók a megfelelő műszaki, informatikai és természettudományi tudás mellett további ismereteket szerezzenek a gazdálkodás és menedzsment valamint az üzletfejlesztés területén, azzal a céllal, hogy hozzájáruljanak a termékek és szolgáltatások anyagi, informatikai, pénzügyi és humán folyamatainak integrált megoldásaihoz.

2. A TANTÁRGY TARTALMA

(Neptunban: Oktatás/Tárgyak/Tárgy adatok/Tárgytematika/Tantárgy tartalma rovat)

TÉMAKÖRÖK

ELŐADÁS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketingkommunikáció 2. Kreatív ipari vállalkozások sajátosságai 3. Termékdesign
GYAKORLAT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fejlesztési koncepciók, az ötlettől a megvalósításig 2. Marketingkommunikáció tervkonceptió összeállítása 3. Portfóliókészítés módszertana

RÉSZLETES TANTÁRGYI PROGRAM ÉS A KÖVETELMÉNYEK ÜTEMEZÉSE

ELŐADÁS

Okta- tási hét	Téma	Kötelező irodalom hivatkozás, oldalszám (-tól-ig)	Teljesítendő feladat	Teljesítés ideje, határideje
1.	A marketingkommunikáció alapjai, Piacbefolyásolás	Fojtik-Pavluska 4-53 o.		
2.	Az Integrált Marketingkommunikáció: Promóció és reklám	Fojtik-Pavluska 273- 337 o.		
3.	A Public Relations (PR) és a Vállalati Arculat (corporate identity – CI). Belső és külső PR	Kotler, 541-554 o.		
4.	Az üzleti kommunikáció jelentősége, az üzleti kommunikáció fogalma	Órai jegyzet		
5.	Marketingkommunikációs mix tervezése és kialakítása	Kotler, 298-320 o.		
6.	A fogyasztói piac, a vásárlói magatartás elemzése	Kotler, 158-184 o.		
7.	A kereskedés pszichológiájának alapjai, a kereskedés pszichológia összetevői	Órai jegyzet		
8.	Zárthelyi dolgozat		Zárthelyi dolgozat	Március 29.
9.	Tavaszi szünet			
10.	A design szerepe a fogyasztói döntésekben, a Viktor Papanek féle modell	Órai jegyzet		
11.	Termékdesign marketing szempontból, a Brand	Fojtik-Pavluska 180- 223 o.	Termékdesign /Brand prezentáció	
12.	A Kreatív ipari vállalkozások sajátosságai, Design thinking	Órai jegyzet		
13.	Portfóliókészítés módszertana	Órai jegyzet		
14.	Reklám kidolgozásának folyamata a tömeg- és közösségi-média specifikumainak figyelembevételével	Fojtik-Pavluska 290- 322 o.		
15.	Nemzetközi marketing kitekintések, globalizáció, az értékesítés kultúrák közti sajátosságai	Fojtik-Pavluska 53- 75 o.		

GYAKORLAT

Okta- tási hét	Téma	Kötelező irodalom, oldalszám (-tól-ig)	Teljesítendő feladat (beadandó, zárthelyi, stb.)	Teljesítés ideje, határideje
1.	A marketing tartalma és koncepciója	Marketing 1 diskusszió		
2.	A Hackathon módszertana	Ötletfejlesztés lépései		
3.	PTE KTK Simonyi Hackathon Ötletverseny		https://cal.ktk.pte.hu/index.php/hu/bdc/programok/simonyi-hackathon-otletverseny	2023 febr. 24.-25.
4.	Problémakeresés, probléma feltárás problémaszelektálás, problémafinomítás			
5.	Megoldáskonceptiók vázlat készítése, a megoldások finomítása, 1 végleges kiválasztása			
6.	MVP készítés, validáció			
7.	„Pitch” prezentációk készítése			

8.	„Pitch" prezentációk bemutatása		
9.	Tavaszi szünet		
10.	Marketingkommunikáció a Pollack expón	Hallgatói prezentáció készítése	Április 13.-14.
11.	Pollack Expó prezentációk bemutatása		Április 19.
12.	Pollack Expó prezentációk bemutatása		Április 26.
13.	Portfóliókészítés a gyakorlatban		
14.	Hallgatói portfóliók bemutatása		Május 10.
15.	Hallgatói portfóliók bemutatása		Május 17.

3. SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZER

(Neptunban: Oktatás/Tárgyak/Tárgy adatok/Tárgytematika/Számonkérési és értékelési rendszere rovat)

JELENLÉTI ÉS RÉSZVÉTELI KÖVETELMÉNYEK

A PTE TVSz 45.§ (2) és 9. számú melléklet 3§ szabályozása szerint a hallgató számára az adott tárgyból érdemjegy, illetve minősítés szerzése csak abban az esetben tagadható meg hiányzás miatt, ha nappali tagozaton egy tantárgy esetén a tantárgyi tematikában előírányzott foglalkozások több mint 30%-áról hiányzott.

A jelenlét ellenőrzésének módja

PTE TVSZ szerinti részvétel, jelenléti ívvel történő ellenőrzéssel.

SZÁMONKÉRÉSEK

Vizsgálóval záruló tantárgy

Félévközi ellenőrzések, teljesítményértékelések és részarányuk a vizsgára bocsájtás feltételének minősítésben

Típus	Értékelés	Részarány a vizsgára bocsájtás feltételének minősítésben
1. Zárthelyi dolgozat	max 30 pont	30 %
2. Hallgató prezentációk	max 30 pont	40 %
3. Hackathon részvétel	max 30 pont	30 %

Az aláírás megszerzésének feltétele

Félévközi teljesítményértékelések elfogadása

Pótlási lehetőségek az aláírás megszerzéséhez (PTE TVSz 50§(2))

A félévközi teljesítések elmaradása esetén a hallgató a vizsgaidőszakban szóbeli vizsgát tehet.

Vizsga típusa (írásbeli, szóbeli):

A vizsga minimum **40%-os teljesítés esetén sikeres.**

Az érdemjegy kialakítása (TVSz 47§ (3))

100 %-ban az évközi teljesítmény, - %-ban a vizsgán nyújtott teljesítmény alapján történik.

Az érdemjegy megállapítása az összesített teljesítmény alapján %-os bontásban

Érdemjegy	Teljesítmény %-ban kifejezve
jeles (5)	85 % ...
jó (4)	70 % ... 85 %

közepes (3)	55 % ... 70 %
elégletes (2)	40 % ... 55 %
elégletes (1)	40 % alatt

Az egyes érdemjegyeknél megadott alsó határérték már az adott érdemjegyhez tartozik.

4. IRODALOM

(Neptunban: Oktatás/Tárgyak/Tárgy adatok/Tárgytematika/Irodalom rovat)

KÖTELEZŐ IRODALOM ÉS ELÉRHETŐSÉGE

Philip Kotler: Marketing management, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1991, ISBN 963 10 8626 7

Fojtik János – Pavluska Valéria (szerk.) (2009): A marketing alapjai. Pécs, PTE KTK.

Józsa László: Marketing stratégia, KJK Kerszöv Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest 2003, ISBN 963 224 703 5

AJÁNLOTT IRODALOM ÉS ELÉRHETŐSÉGE

Bernáth Attila: Stratégiai döntések: Termékfejlesztés és bevezetés, Marketing & Menedzsment, 1996/1

Bécs Lajos: A termékforma, mint kommunikációs eszköz, Marketing & Menedzsment, 2004/6 – 2005/1 összevont szám.

Szalczér Péter: A design orientált gondolkodás lehetőségei a marketing világában, Marketing & Menedzsment, 2008/1, 30-42 old.

Book of Design – A design könyve, CDC Stúdió Kft. 2016. ISBN: 9789631238303