

Óbudai Egyetem				
Alba Regia Műszaki Kar				
Tantárgy neve és kódja: Sportmarketing (AMXSM1SMNF)				Kreditérték: 4
Nappali/Levelező tagozat 2024-25. tanév őszi félév				
Szakok, melyeken a tárgyat oktatják: Sportközgazdász MSc				
Tantárgyfelelős oktató:	Dr. Máté Tünde		Oktató:	Dr. Máté Tünde
Előtanulmányi feltételek: (kóddal)				
Heti óraszámok:	Előadás: 2	Tantermi gyak.: 2	Laborgyakorlat:	Konzultáció:
Számonkérés módja (s,v,f):	vizsga			
A tananyag				
<i>Oktatási cél:</i>				
A tantárgy célja, hogy a Hallgatók elsajátítsák a sport világa specifikus marketing és szponzorálási feladatok gyakorlatát.				
A tárgy a Hallgatók általános marketing-ismereteire építve – sportmarketing kiemelt feladataira fókuszál: fogyasztói élmény, fogyasztók szegmentációja, a marketing-mix, az AIDA-modell, Consumer journey alkalmazása a sport területén.				
Az órák interaktívak, gyakorlati feladatok, esettanulmányok segítségével foglalkozunk a sportmarketing kérdéseivel.				
<i>Tematika:</i>				
Témakör				Óraszám
Előadások/Gyakorlatok:				
1. alkalom Sportmarketing alapok, Sportolói márka egyéni és csapatsportágak sportágak esetében				2+2, 2+2
2. alkalom Sportági szakszövetségek marketingtevékenysége				2+2, 2+2
3. alkalom Egyesületek, klubok marketingtevékenysége				2+2, 2+2
4. alkalom Sportrendezvény-marketing				2+2, 2+2
5. alkalom Szponzoráció helye a sportmarketingben				2+2, 2+2
6. alkalom Esettanulmány-megoldás				2+2, 2+2
7. alkalom Kurzusértékelés				2+2, 2+2
Félévközi követelmények				
AZ ELŐADÁSOK LÁTOGATÁSA KÖTELEZŐ!				
13. hét				
A pótlás módja:	Aláíráspótló vizsga.			
Aláírás feltétele:	A tárgy teljesítésének feltétele a tanórákon való aktív részvétel, valamint a gyakorlati feladatok teljesítése.			
A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb.):				
A kurzuson összesen 100 pont szerezhető.				
<ul style="list-style-type: none"> • Vizsga: maximum 40 pont • Csoportos prezentációk: maximum 60 pont 				

Irodalom:	
Kötelező:	Hoffmann Istvánné (2007): Sport, marketing, szponzorálás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007 Shank, M.D., Lyberger, M.R. (2014): Sports Marketing: A Strategic Perspective, 5th edition. Routledge, 2014
Ajánlott:	Veres Zoltán (2017): A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó, Budapest https://mersz.hu/dokumentum/dj253asza__