

Óbudai Egyetem Alba Regia Kar					
Tantárgy neve és kódja: Marketing alapjai AMXMK2MBNF			Kreditérték: 4		
Nappali tagozat		2025/2026 tanév		2. félév	
Szakok, melyeken a tárgyat oktatják: műszaki menedzser szak					
Tantárgyfelelős oktató:			Oktatók:	Fejes Gábor	
Előtanulmányi feltételek: (kóddal)					
Heti óraszámok:	Előadás: 2	Tantermi gyak.: 2	Laborgyakorlat: 0	Konzultáció:	
Számonkérés módja (s,v,f):	vizsga				
A tananyag					
Oktatási cél: A marketing tantárgy oktatása során a hallgatóknak olyan ismereteket kell elsajátítaniuk, melyek lehetőséget biztosítanak számukra a választott szakterület marketing céljainak kijelölésére, valamint a marketing-mix eszközeinek használatával e célok elérésére.					
Tematika:					
Témakör					Óraszám
Előadások:					
1. A marketing alapvető szerepének értelmezése a szervezetekben, marketingtervezés					2
2. A marketing fogalma, története					2
3. A marketingmanagement helye a vállalatban					2
4. A marketing környezet elemzése					2
5. A fogyasztói piac és a vásárlói magatartás					2
6. A szervezeti piacok					2
7. Piaci előrejelzés					2
8. Piacszegmentáció					2
9. A marketing információs rendszere					2
10. A stratégiák					2
11. Marketingprogramok kidolgozása és értékelése					2
12. A marketingteljesítmény mérhetősége					2
13. Versenyanalízis					2
14. Kommunikáció a marketingben					2
Félévközi követelmények					
AZ ELŐADÁSOK LÁTOGATÁSA!					
A pótlás módja:					
Aláírás feltétele:					
A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb): beadandó dolgozat					

Irodalom:	
Kötelező:	Az előadások anyaga
	Bauer András-Berács József: Marketing BKE, Aula Kiadó, 1992
Ajánlott:	Philip Kotler: Marketing management MK 1992