

Óbudai Egyetem				Sportmarketing	
Alba Regia Kar					
Tantárgy neve és kódja: Sportmarketing AMXSM1SMNF				Kreditérték: 4 kredit	
Nappali/Levelező tagozat 2025-26. tanév őszi félév					
Szakok, melyeken a tárgyat oktatják: Sportközgazdász MSc					
Tantárgyfelelős oktató:		Dr. Máté Tünde		Oktató(k): Dr. Máté Tünde	
Előtanulmányi feltételek: (kóddal)					
Heti óraszámok:		Előadás: 2		Tantermi gyak.: 2	
Számonkérés módja (s,v,f):		vizsga		Laborgyakorlat: Konzultáció:	
A tananyag					
Oktatási cél: A tantárgy célja, hogy a hallgatók elsajátítsák az iparág specifikus marketing és szponzorálási feladatok gyakorlatát.					
A tárgy a hallgatók általános marketing ismereteire építve - sportmarketing kiemelt feladataira fókusz: fogyasztói élmény, fogyasztók szegmentációja. A marketing mix, AIDA modell, Consumer journey alkalmazása a sport területén.					
Az órák interaktívak, gyakorlati feladatok, esettanulmányok segítségével foglalkozunk a sportmarketing kérdéseivel.					
Tematika:					
Témakör					Óraszám
Előadások/Gyakorlatok:					
1. alkalom Sportmarketing alapok, Sportolói márka egyéni és csapatsportágak sportágak esetében					2+2, 2+2
2. alkalom Sportági szakszövetségek marketing tevékenysége					2+2, 2+2
3. alkalom Egyesületek, klubok marketing tevékenysége					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. Gyakorlati feladatok teljesítése.			
A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb):					
A kurzuson összesen 100 pont szerezhető.					
• Vizsga maximum 40 pont					
• Csoportos prezentációk 60 pont					

Irodalom:	
Kötelező:	Hoffmann Istvánné: Sport, marketing, szponzorálás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2007 Shank, M.D., Lyberger, M.R.: Sports Marketing: A Strategic Perspective, 5th edition. Routledge, 2014

Ajánlott:	Veres Zoltán (2017): A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó, Budapest https://mersz.hu/dokumentum/dj253asza
-----------	--