

|   |            |                       |                   |                |
|---|------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| <b>Óbudai Egyetem</b>   |            |                       |                   |                |
| <b>Alba Regia Műszaki Kar</b>   |            |                       |                   |                |
| <b>Tantárgy neve és kódja: Marketing alapjai AMIMA11MND</b>   |            | <b>Kreditérték: 5</b> |                   |                |
| Nappali tagozat   |            | 2015/2016 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     |                       |                   |                |
| <b>A tananyag</b>   |            |                       |                   |                |
| <i>Oktatási cél:</i> A marketing tantárgy oktatása során a hallgatónak olyan ismereteket kell elsajátítaniuk, melyek lehetőséget biztosítanak számukra a választott szakterület marketing céljainak kijelölésére, valamint a marketing-mix eszközeinek használatával e célok elérésére. |            |                       |                   |                |
| <i>Tematika:</i>  |            |                       |                   |                |
| <b>Témakör</b>  |            |                       |                   | <b>Óraszám</b> |
| 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              |
| <b>Félévközi követelmények</b>  |            |                       |                   |                |
| <b>AZ ELŐADÁSOK LÁTOGATÁSA!</b>   |            |                       |                   |                |
| A pótlás módja:   |            |                       |                   |                |
| Aláírás feltétele:  |            |                       |                   |                |
| A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb):   |            |                       |                   |                |

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