**Foglalkoztatási terv**

**Marketing II.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tantárgy kódja** | **SMB 1462** |
| **Meghirdetés féléve** | **5.** |
| **Kredit** | **3** |
| **Heti kontakt óraszám (előadás+gyakorlat)** | **0+2** |
| **Félévi követelmény** | **Kollokvium** |

**Tantárgyi tematika és félévi követelményrendszer**

**Féléves tematika:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **hét** | **A stratégia fogalma, helye a vállalati értékképző folyamatokban; a stratégiai gondolkodás kialakulása, története.** |
| 1. **hét** | **A marketingstratégia helye-szerepe, funkcionalitása a vállalati stratégiában.** |
| 1. **hét** | **A marketingstratégia készítésének lépései.** |
| 1. **hét** | **A makro-és a mikrokörnyezet részei, elemzésének módszerei.** |
| 1. **hét** | **A belső környezet elemzése. (Erőforrások, képességek számbavétele; a kulcs-sikertényezők, a kulcs-kompetenciák)** |
| 1. **hét** | **A vízió és a misszió, az arculat kialakítása.** |
| 1. **hét** | **A piac-szegmentáció folyamata, az alap-és leíró változók; a szegmentáció folyamata, főbb és újszerű fogyasztói szegmensek.** |
| 1. **hét** | **A pozícionálás fogalma, folyamata, lehetséges hibái.** |
| 1. **hét** | **A megcélzott fogyasztói szegmensek megismerésének módszertana, a piackutatás módszereivel, döntés-előkészítés és a MIR.** |
| 1. **hét** | **A termék-és a márkapolitika, a termék-életgörbék típusai, az árképzés.** |
| 1. **hét** | **A marketingkommunikáció-és a reklám típusai, lehetséges kommunikációs stratégiák az egyes termék-életgörbe szakaszokban.** |
| 1. **hét** | **A szolgáltatások marketingsajátosságai, (a HIPI-elv, illetve az egyes specifikumok kezelése).** |
| 1. **hét** | **A szolgáltatások marketingmenedzsmentjének sajátosságai I. (folyamatmenedzsment, és az aktívügyfél-politika, panaszszituáció-menedzsment, fogyasztói elégedettségmérés).** |
| 1. **hét** | **A szolgáltatások marketingmenedzsmentjének sajátosságai II. (a panaszszituáció-menedzsment, és a fogyasztói elégedettségmérés módjai).** |

**A foglalkozásokon történő részvétel:**

* Az előadások a képzés szerves részét képezik, így az Intézmény a hallgatóktól elvárja a részvételt az előadásokon (TVSz 8.§ 1.)

**Félévi követelmény: Kollokvium**

**Az értékelés módja, ütemezése:**

* vizsga típusa: **Írásbeli**
* vizsgára bocsátás feltétele:

1. Évközi Zh dolgozat: 15 p.

2. Évközi Zh dolgozat: 15 p.

**Év végi írásbeli Zh dolgozat: 60 p.**

**Összesen: 90 p.**

*Elégséges szint: 51%-tól*

***A vizsgára bocsátás feltétele***:

*A 2 db évközi Zárthelyi (Zh) dolgozat külön-külön legalább Elégséges, azaz 51%-os (2) szintű minősítésű teljesítése.*

***A kollokvium típusa***: ***Írásbeli***

1. Írásbeli vizsga anyaga:

1. *Marketing fogalma, értelmezési tartománya; helye és szerepe a vevői és a tulajdonosi érték létrehozásában.*
2. *A makro-és a mikrokörnyezet részei, elemzési módszerei.*
3. *A fogyasztói magatartás fogalma, fázisai, befolyásoló tényezői.*
4. *A fogyasztói magatartás kulturális és pszichológia háttere.*
5. *A fogyasztói elégedettség fogalma, az elégedettség modellek.*
6. *A piac-szegmentáció fogalma, relevanciája, az alap-és leíró változók; a szegmentáció folyamata, főbb és újszerű fogyasztói szegmensek.*
7. *A pozícionálás fogalma, folyamata, lehetséges hibái.*
8. *A piackutatás fogalma, szerepe a marketing-döntéshozatalban, a piaci információk típusai, piackutatás folyamata, a MIR.*
9. *A termék-és a márkapolitika.*
10. *Az árpolitika, árkialakítás módszerei, árak és a fogyasztói magatartás kapcsolata.*
11. *Az értékesítési csatorna fogalma, funkciói, típusai.*
12. *A marketingkommunikáció fogalma, típusai, a reklám fogalma, típusai, a kampánytervezés módszere.*
13. *Az on-line marketing fogalma, az internetes kereskedelem szabályai, módjai.*
14. *A szolgáltatások marketingsajátosságai, (a HIPI-elv, illetve annak bemutatása szabadon egy választott példa alapján)*
15. *A szolgáltatások marketingmenedzsmentjének sajátosságai (folyamatmenedzsment, aktívügyfél-politika, panaszszituáció-menedzsment, fogyasztói elégedettségmérés).*

**Az érdemjegy kialakításának módja:**

*Az érdemjegyet a hallgató által gyűjtött pontok számának százas skálán elfoglalt helye határozza meg; Elégséges szint 51%-tól.*