**Foglalkoztatási terv**

**Marketing II.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tantárgy kódja** | **SMB 1462 L** |
| **Meghirdetés féléve** | **5.** |
| **Kredit** | **3** |
| **Féléves kontakt óraszám (előadás+gyakorlat)** | **9+0** |
| **Félévi követelmény** | **Kollokvium** |

**Féléves tematika:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Konzultáció**
 | A marketingstratégia helye-szerepe, funkcionalitása a vállalati stratégiában.A marketingstratégia készítésének lépései. |
| 1. **Konzultáció**
 | A makro-és a mikrokörnyezet részei, elemzésének módszerei.A belső környezet elemzése. (Erőforrások, képességek számbavétele; a kulcs-sikertényezők, a kulcs-kompetenciák)A vízió és a misszió, az arculat kialakítása. |
| 1. **Konzultáció**
 | A piac-szegmentáció folyamata, főbb és újszerű fogyasztói szegmensek, a 7P célcsoport-specifikus kialakítása. |

**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**
* ***A vizsgára bocsátás feltétele***: A hallgatók a 3. Konzultáció alkalmával 1db ZH dolgozatot írnak, a Dolgozat minimum. 51%-os teljesítése szükséges a Kollokviumon való részvételhez.
* ***Kollokvium típusa***: **Írásbeli**
1. Az írásbeli vizsga anyaga:
* A marketingstratégia helye-szerepe, funkcionalitása a vállalati stratégiában.
* A marketingstratégia készítésének lépései.
* A makro-és a mikrokörnyezet részei, elemzésének módszerei.
* A belső környezet elemzése. (Erőforrások, képességek számbavétele; a kulcs-sikertényezők, a kulcs-kompetenciák)
* A vízió és a misszió, az arculat kialakítása.
* A piac-szegmentáció folyamata, főbb és újszerű fogyasztói szegmensek, a 7P célcsoport-specifikus kialakítása.

**Az érdemjegy kialakításának módja:**

Az érdemjegyet a hallgató által a Kollokviumon elért pontok számának 60 pontos skálán elfoglalt helye határozza meg. *(Maximális pont 60 pont, elégséges szint 51%-tól.)*