**Sportmarketing II.**

**Tantárgyi tematika és félévi követelményrendszer**

**Féléves tematika:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **hét**
 | A marketing fogalma; helye és szerepe a vevői és a tulajdonosi érték létrehozásában |
| 1. **hét**
 | A fogyasztói magatartás fogalma, fázisai, befolyásoló tényezői, kulturális és pszichológia háttere |
| 1. **hét**
 | A pozícionálás fogalma, folyamata, lehetséges hibái |
| 1. **hét**
 | A fogyasztói elégedettség |
| 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) |
| 1. **hét**
 | A márkapolitika lehetősége a szolgáltatásmarketingben |
| 1. **hét**
 | A marketingkommunikáció-és a reklám fogalma, típusai, az on-line marketing fogalma, folyamata. |
| 1. **hét**
 | A PR tevékenység helye a sportszervezetek kommunikációs tevékenységében |
| 1. **hét**
 | A PR tevékenység tervezésének fázisai |
| 1. **hét**
 | A szponzorálás fogalma, szerepe a sportszervezetek marketingtevékenységében |
| 1. **hét**
 | A szponzorálás típusai |
| 1. **hét**
 | A szponzorálás jogi szabályozása |

**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***: -

- vizsgára bocsátás feltétele:

 1. Évközi Zh dolgozat: 15 p.

 2. Évközi Zh dolgozat: 15 p.

 Egyéni projektfeladat: 10 p.

 Év végi írásbeli Zh dolgozat: 60 p.

 Összesen: 100 p.

 Elégséges szint: 51%-tól

A 2 db évközi Zárthelyi (Zh) dolgozat külön-külön legalább Elégséges, azaz 51%-os (2) szintű minősítésű teljesítése; valamint az Egyéni projektfeladat legalább 51%-os szintű teljesítése a megadott formai követelményeknek megfelelően, határidőn belüli leadással együttesen. *A határidőn túl leadott, illetve nem a megadott formában készített Egyéni projektfeladat nem kerül elfogadásra. (Az Egyéni projektfeladat formai követelménye: Times New Roman betűtípus, 10-es betűméret, sorkizárt forma.) Az Egyéni projektfeladat leadásának elmulasztása vagy a formai és tartalmi követelmények mellőzése, valamint a dolgozatok 51% alatti teljesítése a tantárgy félévi érvénytelenségét vonja maga után).*

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

A) Az Írásbeli vizsga anyaga:

* + - A marketing fogalma; helye és szerepe a vevői és a tulajdonosi érték létrehozásában
		- A fogyasztói magatartás fogalma, fázisai, befolyásoló tényezői, kulturális és pszichológia háttere
		- A pozícionálás fogalma, folyamata, lehetséges hibái
		- A fogyasztói elégedettség
		- A szolgáltatások marketingsajátosságai, (a HIPI-elv, illetve az egyes specifikumok kezelése)
		- A szolgáltatások marketingmenedzsmentjének sajátosságai I. (folyamatmenedzsment, és az aktívügyfél-politika, panaszszituáció-menedzsment, fogyasztói elégedettségmérés)
		- A szolgáltatások marketingmenedzsmentjének sajátosságai II. (a panaszszituáció-menedzsment, és a fogyasztói elégedettségmérés módjai)
		- A márkapolitika lehetősége a szolgáltatásmarketingben
		- A marketingkommunikáció-és a reklám fogalma, típusai, az on-line marketing fogalma, folyamata.
		- A PR tevékenység helye a sportszervezetek kommunikációs tevékenységében
		- A PR tevékenység tervezésének fázisai
		- A szponzorálás fogalma, szerepe a sportszervezetek marketingtevékenységében
		- A szponzorálás típusai
		- A szponzorálás jogi szabályozása

**Az érdemjegy kialakításának módja:**

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