**BSR 2214 Sportmarketing**

**Nappali tagozat**

|  |  |
| --- | --- |
| **Meghirdetés féléve** | **6** |
| **Kredit** | **3** |
| **Heti kontakt óraszám (előadás+gyakorlat)** | **2+0** |
| **Félévi követelmény** | **kollokvium** |

**Tantárgyi tematika és félévi követelményrendszer**

A profitorientált és a nonprofit sportszervezetek marketing tevékenysége, szerepe a vállalkozásban. Kiemelten foglalkozik a tárgy a sportmarketing modern felfogásával és abban a sportoló és a napjaink jellemző témáival, mint szponzorálás, közösségi média felületek és azok hatása a sportra, sportolóra, sportszervezetre. A sport, mint márka és brand építés terepe.

**Féléves tematika:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **hét** | A tantárgy teljesítésének, követelményrendszerének ismertetése. A félév tantárgyi programjának bemutatása. Szakirodalom ajánlások. A marketing fogalma; helye és szerepe a vevői és a tulajdonosi érték létrehozásában. |
| 1. **hét** | A sportmarketing fogalma, alkotóelemei, a sportmarketing szerepe a szervezet és a sportoló életében. A fogyasztói magatartás fogalma, fázisai, befolyásoló tényezői, kulturális és pszichológia háttere |
| 1. **hét** | A pozícionálás fogalma, folyamata, lehetséges hibái, különös tekintettel a sporttevékenységre és szervezetre. |
| 1. **hét** | A fogyasztói elégedettség kérdése. 4P, 7P a sportmarketingben. |
| 1. **hét** | A sport mint szolgáltatás és a szolgáltatások marketingsajátosságai, (a HIPI-elv, illetve az egyes specifikumok kezelése). Sport trendek, sportmarketing trendek. |
| 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** | ZH I. Innovatív, kreatív kommunikációs, média- és marketingtartalmak a sportban. |
| 1. **hét** | A márkapolitika lehetősége a szolgáltatásmarketingben. A marketingkommunikáció-és a reklám fogalma, típusai, az on-line marketing fogalma, folyamata. Sportmárkák és a reklám. |
| 1. **hét** | A PR tevékenység helye a sportszervezetek kommunikációs tevékenységében . A PR tevékenység tervezésének fázisai. A sportmarketing kommunikáció speciális kérdései. |
| 1. **hét** | Az egyedi sportmarketing speciális kérdései. |
| 1. **hét** | A szponzorálás fogalma, szerepe a sportszervezetek marketingtevékenységében. A szponzorálás típusai. A szponzorálás jogi szabályozása. |
| 1. **hét** | Marketing terv készítés elmélete és gyakorlata. Digitalizáció szerepe a sportmarketingben. |
| 1. **hét** | ZH 2 és Teammunkák bemutatása. |

**A foglalkozásokon történő részvétel:**

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

**Félévi követelmény: Kollokvium, szóbeli vizsga**

**Az értékelés módja, ütemezése:**

* vizsga típusa: **szóbeli**

***A vizsgára bocsátás feltétele***:

* 1. évközi Zh dolgozat min. 51%-os teljesítése.
* 2. évközi Zh dolgozat min. 51%-os teljesítése.
* Csoportmunka sikeres bemutatása, prezentálása

Megajánlott jegy 90% feletti teljesítés esetén adható.

A vizsgára bocsátás feltétele a 2 db évközi Zárthelyi (Zh) dolgozat külön-külön legalább Elégséges, azaz 51%-os (2) szintű minősítésű teljesítése és a csoportmunka bemutatása.

***A kollokvium típusa***: **szóbeli**

A) A vizsga anyaga:

A záróvizsga tételeinek megfelelő kérdések és témakörök.

**Az érdemjegy kialakításának módja: Neptun**

Nyíregyháza, 2023. 02. 14.

Szabóné dr Berta Olga

adjunktus