

Tantárgy neve: Marketing gyakorlat	Kreditértéke: 3
A tantárgy besorolása: kötelező	
A tantárgy elméleti vagy <u>gyakorlati</u> jellegének mértéke, „képzési karaktere”: 100% (kredit%)	
A tanóra típusa: gyak. és óraszám: 28 az adott félévben, Az adott ismeret átadásában alkalmazandó további (sajátos) módok, jellemzők (ha vannak): -	
A számonkérés módja (koll. / gyj. / egyéb): koll. Az ismeretellenőrzésben alkalmazandó további (sajátos) módok (ha vannak): -	
A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): 3.	
Előtanulmányi feltételek (ha vannak): Marketing (gyenge)	
Tantárgy-leírás: az elsajátítandó ismeretanyag tömör, ugyanakkor informáló leírása	
<p>A tantárgy célja, hogy a hallgatók megértsék a marketingorientáció szervezeti működésre való hatását, valamint megismerjék az ehhez kapcsolódó feladatokat és eszközöket, és képesek legyenek azok gyakorlati alkalmazására az alábbi témákban:</p> <ul style="list-style-type: none"> vállalati marketingstratégia kialakítása, információgyűjtés piaci helyzet mutatóinak értelmezése helyzetelemzési modellek a vásárlói döntési mechanizmusok és azok befolyásoló tényezői a fogyasztói és az üzleti piacokon egyaránt fogyasztói magatartás meghatározó jellemzőinek modellezése a vásárlási döntési folyamattal, a vásárlási szerepek és magatartás típusokkal, valamint a fogyasztói piacon történő szegmentációval foglalkozunk. Üzleti, vagy más néven B2B piacon ismertetjük a beszerzői magatartás és ipari marketing alapvető fogalmait, különbözőségeit a fogyasztói piaccal szemben, az ipari piac marketing jellemzőit, a beszerzési döntés folyamatát, valamint az ipari piacon történő szegmentációt. Bemutatásra kerülnek a stratégiai célok megvalósítását szolgáló marketing eszközök, a termékpolitikától a márkázáson, árpolitikán és értékesítésen át a marketingkommunikációig. Minden eszközcsoport ismertetése vonatkozásában hangsúlyt kapnak azok a korszerű marketing megoldások, amelyeket a piacok változása, az információs technológia fejlődése hív(ott) életre. 	
A 2-5 legfontosabb kötelező, illetve ajánlott irodalom (jegyzet, tankönyv) felsorolása bibliográfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, (esetleg oldalak), ISBN)	
<p>Kötelező irodalom: Kotler, P. – Keller, K. L. (2012): Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest</p> <p>Ajánlott irodalom: Kenesei, Zs. – Berács, J. – Bauer, A. (2014): Marketing alapismeretek. Akadémiai Kiadó, Budapest Hofmesiter-Tóth, Á. (2014): A fogyasztói magatartás alapjai, Akadémiai Kiadó, Budapest</p>	
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul	
<p>tudása</p> <ul style="list-style-type: none"> Ismeri a műszaki szakterület műveléséhez szükséges általános és specifikus természettudományi, műszaki tudományi, gazdálkodás- és szervezéstudományi elveket, szabályokat, összefüggéseket, eljárásokat. Ismeri a műszaki szakterülethez kapcsolódó gazdálkodás- és szervezéstudományi szakterületek (menedzsment, termelésmenedzsment, minőségmenedzsment, projektmenedzsment, innovációmenedzsment, környezetmenedzsment, termékmenedzsment, logisztikai menedzsment, stratégiai menedzsment, vállalkozásmenedzsment, információmenedzsment, marketing, közgazdaságtan, jog) alapjait, követelményeit, összefüggéseit. Ismeri a műszaki menedzsment szakterületeinek tanulási, ismeretszerzési, adatgyűjtési módszereit, azok etikai korlátait és problémamegoldó technikáit. <p>képességei</p> <ul style="list-style-type: none"> A műszaki szakterületen felmerülő rutinfeladatok megoldásában képes alkalmazni a megszerzett 	

általános és specifikus természettudományi, műszaki tudományi, gazdálkodás- és szervezéstudományi elveket, szabályokat, összefüggéseket, eljárásokat.

- Képes a versenytársak, a termékek, a piaci lehetőségek elemzésére és a termékek, műszaki tartalmú szolgáltatások értékesítése.
- Képes vállalati, intézményi menedzsment alrendszerek működtetésére.
- Képes üzleti tervek készítésére, döntéselőkészítési feladatok elvégzésére, innovációs stratégiák kidolgozására és megvalósítására.
- Képes az érintett szakterületen előállított termékek és szolgáltatások értékesítésében való aktív közreműködésre.

attitűdje

- Nyitott a műszaki szakterületet megalapozó általános és specifikus ismeretekre.
- Átfogó rendszerszemlélettel rendelkezik.

autonómiája és felelőssége

- Önállóan képes a termelő és szolgáltató vállalkozások műszaki-gazdasági jellegű, valamint humán folyamataival kapcsolatos menedzselési feladatok ellátására.
- A szakterületéhez tartozó elemzői feladatok megoldása során önállóan választja ki és alkalmazza a releváns problémamegoldó módszereket.

Tantárgy felelőse (név, beosztás, tud. fokozat): Dr. Hlédik Erika, egyetemi adjunktus, PhD

Tantárgy oktatásába bevont oktató(k), ha van(nak) (név, beosztás, tud. fokozat):

Magyarová Mária, egyetemi tanársegéd