

TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Marketing- és kommunikációmenedzsment
A tantárgy neve angol nyelven:	Marketing and Communication Management
A tantárgy kreditértéke:	3
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	ML-MAKOME-03-EA
A tantárgy besorolása:	kötelező
Az oktatás nyelve (ha az nem magyar):	magyar
A tantárgy gondozásáért felelős szervezeti egység:	Marketing Intézet
A tanóra típusa és óraszám:	Előadás, heti óraszám: 0, féléves óraszám: 10
Munkarend (nappali / levelező):	Levelező
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	-

A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A hallgatók alkalmazni tudják az alapvető marketing eszközstratégiákat és ismerjék a marketing tervezés, kutatás lépéseit. A speciális modell segítségével a hallgatók képesek lesznek komplex marketing tervezési folyamat elvégzésére.

A tárgy oktatásának alapvető célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek a marketing menedzsment speciális részterületeivel, értékelni tudjanak piaci információkat, helyzeteket, reagálási változatokat tudjanak kidolgozni. A tárgy elsajátítása után képesek legyenek a hallgatók a vállalati gyakorlatban marketing döntés-előkészítési folyamatokban való részvételre.

A tantárgy teljesítése során a hallgatók a helyzetelemzés segítségével képesek lesznek új piaci rések felderítésére és a helyzetelemzést követően a megfelelő piaci termék/szolgáltatás meghatározására és a saját projekt tudásalapú megalapozására és kivitelezésére. A teljes tervezési ciklus összes marketing elemét elsajátítja a hallgató, amely a vállalati döntéshozatal számára kulcsfontosságú.

A kiadott esettanulmányok elemzése és megvitatása felkészíti a hallgatót a megfelelő tartalmak értelmezésére, szelektálására és komplex szemléleten keresztül döntéshozatalra.

A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

Napjainkban a gazdasági környezet a korábbihoz képest sokkal intenzívebben változik, a piaci verseny egyre kiélezettebbé válik, a termékek életciklusa lerövidül, a szabályozási / hatósági környezet egyre erőteljesebben definiálja a működési terület sajátosságait vakamint aa fogyasztói piac folyamatos átalakuláson megy keresztül.

A gazdasági helyzet változékonysága miatt a vállalati termelési viszonyokban bekövetkező változások rákényszerítették a vállalkozásokat, hogy az alapoktól kezdve gondolják újra és szervezzék át tevékenységeiket, melynek eredményeképpen egyre nagyobb számban jelennek meg az összetettebb termékek és szolgáltatások, amelyek többféle fogyasztói szükséglet kielégítésére is megfelelnek.

A tantárgy keretein belül ezen környezetben hatékony marketing és kommunikációs eszközrendszer ismerhetnek meg a hallgatók. Az esettanulmányok az elemzőkészséget és a kritikus gondolkodást hivatottak fejleszteni, melyet az órai diszkusszió, az álláspontok ütköztetése tesz teljessé. A hatékony vita előfeltétele az esetek elolvasása és ezzel

páhuzamosan a válaszok elküldése a határidőre a Coospace felületre, egyéni üzenetként. A határidők Neptun üzenetben jutnak el a hallgatókhoz, a kérdések és esetek a Coospace felületen.

Az előadások témakörei az értékalapú menedzsment és marketingkommunikáció legfontosabb elemeit vonultatják fel a termék és árképzés területeivel, a hely és kommunikáció menedzsment feladataival és szempontjaival egy tudásorientált környezetet felépítve.

A hallgatók a tárgy teljesítése esetén egy komplex eszközrendszert sajátítanak el, mely alkalmazható a gyorsan változó marketing környezet esetén is és hatékony eszközt jelent a vállalati marketing, menedzsment és kommunikáció esetén egyaránt.

A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A hallgató következetesen részt vesz a tantárgy óráin megértve, hogy a tárgy komplex jellegű és ennek érdekében az egyes elemeket azonos szinten kell elsajátítani.

A hallgató elolvassa és felkészül a kiadott esettanulmányokból az órai diszkusszióra és eszmecserére. Egyéni feladat. A hallgatóknak a kiadott esettanulmányt a kiadott kérdéseknek megfelelően kell elemezniük minimum 2, maximum 3 oldal keretében. Az elemzést határidőre le kell adni, a határidő után beérkező anyagokra nem lehet pontot adni. A határidő az adott esettanulmány megvitatása előtti nap 23.00 CET. Az eseteket az órákon közösen elemzzük és megvitatjuk, valamint az optimális válaszok is ismertetésre kerülnek annak érdekében, hogy a hallgatók saját álláspontjukat ütköztethessék és számos nézőpont meismerhetővé váljon, ezzel segítve a komplex elemzést, gondolkodást és döntéshozatalt. A határidőket a hallgatók Neptun üzenetben fogják megkapni. Az esetek a Coospace felületre kerülnek feltöltésre.

A hallgató felkészül a kiadott anyagokból a vizsgafeladatok magas szintű végrehajtására. Egyéni feladat. Az írásbeli vizsgán az órán leadott tudásanyag kerül számonkérésre átfogó/esszé és teszt jellegű kérdések keretében, melyre a hallgatónak az elméleti elsajátított tudás mellett gyakorlati példát is fel kell vonultatnia a válasz teljességéért. Ezen példák lehetnek az órán elhangzottak, vagy saját a válaszhoz megindokoltan illeszkedő gyakorlati információ.

A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

Esettanulmányok (15+15 pont) - Egyéni feladat. A hallgatóknak a kiadott esettanulmányt a kiadott kérdéseknek megfelelően kell elemezniük minimum 2, maximum 3 oldal keretében. Az elemzést határidőre le kell adni, a határidő után beérkező anyagokra nem lehet pontot adni. A határidő az adott esettanulmány megvitatása előtti nap 23.00 CET. Az eseteket az órákon közösen elemzzük és megvitatjuk, valamint az optimális válaszok is ismertetésre kerülnek annak érdekében, hogy a hallgatók saját álláspontjukat ütköztethessék és számos nézőpont meismerhetővé váljon, ezzel segítve a komplex elemzést, gondolkodást és döntéshozatalt. A határidőket a hallgatók Neptun üzenetben fogják megkapni. Az esetek a Coospace felületre kerülnek feltöltésre.

Írásbeli vizsga (70 pont) - Egyéni feladat. Az írásbeli vizsgán az órán leadott tudásanyag kerül számonkérésre átfogó/esszé jellegű kérdések keretében, melyre a hallgatónak az elméleti elsajátított tudás mellett gyakorlati példát is fel kell vonultatnia a válasz teljességéért. Ezen példák lehetnek az órán elhangzottak, vagy saját a válaszhoz megindokoltan illeszkedő gyakorlati információ.

Előadás esetében a megszerzett ismeretek számonkérése a vizsgaidőszakban történik. A számonkérés formája a kollokvium, melynek eredménye a vizsgajegy.

0-50-Elégtelen
51-65-Elégséges
66-75-Közepes
75-85-Jó
86-100-Jeles

Megajánlott jegy adható: Nem.

KÖTELEZŐ IRODALOM:

- Murphy, Kate: *Az értő figyelem : útmutató a jobb, tartalmasabb kommunikációhoz.* Libri, 2021
- Veres Zoltán: *A szolgáltatásmarketing alapkönyve [elektronikus dok.].* Akadémiai Kiadó, 2021

AJÁNLOTT IRODALOM:

- *Marketingkommunikáció : stratégia, új média, fogyasztói részvétel.* Akad. K., 2013
- Kotler, Philip: *Marketing menedzsment.* Akad. K., 2006
- Rekettye Gábor: *Kínálatmenedzsment.* Akadémiai Kiadó, 2009