

TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Marketingelmélet és marketingmenedzsment a digitális korban
A tantárgy neve angol nyelven:	Marketing Theories and Management in the Digital Age
A tantárgy kreditértéke:	6
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	ML-MAMADI-06-KG
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 + gyakorlat, heti óraszám: 0+0, féléves óraszám: 10+10
Munkarend (nappali / levelező):	Levelező
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	-

A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A hallgató komplex ismeretek segítségével lesz képes összetett rendszerek és piaci helyzetek megértésére, átlátására, elemzésére valamint a megfelelő marketing eszközrendszer megállapítására, komplex marketing program kidolgozására. A hallgató képes lesz az összetett rendszerek és marketing kihívások magas szintű kezelésére a digitális korban.

A tantárgy tartalmaz naprakész elemzési módszereket és megoldásokat, valamint modelleket, melyek segítségével a jelen kor marketing kihívásai stratégiai és komplex rendszerszemléletű megközelítéssel versenyképes és kreatív üzleti alternatívák kidolgozását teszi lehetővé.

A hallgató a tantárgy teljesítése folyamán elsajátítja a csoportmunka feltételeit egy olyan üzleti környezetet közel hozó feltételrendszerben, amelyben a feladatokat meg kell osztani és szervezni a csoporton belül és természetesen a felelősség is delegálásra kerül a feladatokkal. A hallgató elsajátítja a fogyasztóorientált értékek feltérképezésének módszerét. Képes lesz az üzleti koncepció komplex rendszerét vizuális rendszeren keresztül értékelni, elemezni, prezentálni és megvitatni.

A hallgatói csoport új/niche terméket hoz létre a helyzetelemzés alapján és képes lesz ezen terméket/szolgáltatást egy átfogó értékalapú tervezési modell segítségével piacképesé tenni, prezentálni és üzleti vitában megvédeni. A hallgató elsajátítja az értékalapú marketing és kommunikációs tevékenységet menedzselni a digitális kor követelményeinek megfelelően.

A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A tantárgy különös figyelmet fordít a fogyasztói értékek feltérképezésére. Ennek a komplex ismeretnek a megismerésére és megfelelő marketing-orientált felhasználására a digitális korban. A tárgy specifikus elemzési – üzleti kulcskoncepció kialakítása, orbiter - és átfogó összegzési/tervezési modellt állít a hallgatók szolgálatába. A sikeres teljesítés előfeltétele az órák rendszeres látogatása, mely elősegíti az egyes modellek összefüggéseinek elsajátítását.

Az egyes modellek lépésről-lépésre építik fel a tantárgy céljaiban kitűzött elemeket. A megfelelő célrendszer kialakításához számos kérdést válaszolunk meg a fogyasztó szemszögéből. A vállalati döntéshozatalt összhangba hozzuk a fogyasztói értékek

feltérképezésével és ezzel párhuzamosan készülnek a modellek a vizualitás és a döntéshozatal összehangolásával.

A tantárgy teljesítésének kulcsfontosságú része a marketingkommunikáció, digitalizáció és tudásmenedzsment komplex rendszerének áttekintése és az összefoglaló elemzés és marketing terv elkészítése. Az órák fontos eleme a naprakész esetek és példák megvitatása is.

A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A hallgatók csoportmunkában elkészítik az üzleti koncepció kulcselemeinek összefoglalását. Az órai gyakorlatokon útmutatást és visszajelzést kapnak a csoportok, valamint a többi csoport észrevételeit is meghallgatják.

A hallgatók csoportmunkában elkészítik az orbiter összefoglaló modellt. Az órai gyakorlatokon útmutatást és visszajelzést kapnak a csoportok, valamint a többi csoport észrevételeit is meghallgatják.

A hallgatók csoportmunkában elkészítik a marketing projekt-tervet. Az órai gyakorlatokon útmutatást és visszajelzést kapnak a csoportok, valamint a többi csoport észrevételeit is meghallgatják.

A hallgatók csoportmunkában elkészítik a prezentációt a marketing projekt-terv alapján és bemutatják a többi csoport előtt, valamint megvédik azt. A visszajelzést és értékelést az összes csapat prezentációját követően kapják meg a csapatok.

A határidők Neptun üzenetben is eljutnak a hallgatókhoz, valamint az órán is egyeztetjük azokat. Az órai anyagok a Coospace felületen lesznek közzétéve minden hallgató számára.

A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

A csoport tagjaitól elvárt az órák látogatása és a kiadott feladatok elkészítése az előre egyeztetett határidőkre. A csoporton belül mindenki ugyanazt az érdemjegyet kapja, melyet ötfokozatú skálán értékelek.

- 0-50 elégtelen
- 51-65 elégséges
- 66-75 közepes
- 76-85 jó
- 86-100 jeles

Az értékelés elemei:

20% üzleti koncepció kulcselemeinek összefoglalása - Csoportmunka. Az órán elsajátított modell saját projektre szabása, az üzleti koncepció összefoglalása és prezentálása.

Visszajelzés a felkészülés és a végleges bemutató után is érkezik az oktatótól és a többi csapat részéről. Az értékelés a prezentációt és a diszkussziót követi.

20% orbiter - Csoportmunka. Az órán elsajátított modell saját projektre szabása, az üzleti koncepció összefoglalása és prezentálása. Visszajelzés a felkészülés és a végleges bemutató után is érkezik az oktatótól és a többi csapat részéről. Az értékelés a prezentációt és a diszkussziót követi.

20% Marketing projekt-terv - Csoportmunka. Az órán elsajátított modell saját projektre szabása, az üzleti koncepció összefoglalása és prezentálása. Visszajelzés a felkészülés és a végleges bemutató után is érkezik az oktatótól és a többi csapat részéről. Az értékelés a prezentációt és a diszkussziót követi.

40% Prezentáció - Marketing projekt-terv - Csoportmunka. A hallgatók felhasználva a korábbi projektek során elkészített elemzéseket, visszajelzéseket és projektmunkákat készítik el az összesített, komplex Marketing projektet. Az értékelés a prezentációt követi.

Megajánlott jegy adható: Nem.

KÖTELEZŐ IRODALOM:

- Hemann, Chuck,,: *Digital marketing analytics : making sense of consumer data in a digital world.* , 2018,2018
- Mosco, Vincent: *Okosvárosok a digitális világban.* Pallas Athéné Kvk., cop. 2019
- Veres Zoltán: *A szolgáltatásmarketing alapkönyve [elektronikus dok.].* Akadémiai Kiadó, 2021
- Wilson, Lee,,: *30-minute website marketing : a step by step guide.* , 2019,2019

AJÁNLOTT IRODALOM:

- *A Z generáció magatartása és kommunikációja : Tanulmánykötet.* PTE, [2015]
- *Marketingkommunikáció : stratégia, új média, fogyasztói részvétel.* Akad. K., 2013
- Kotler, Philip: *Marketing menedzsment.* Akad. K., 2006