

Tananyagfelosztás és követelményrendszer

2017/18. 2. FÉLÉV

ÓBUDAI EGYETEM						
Rejtő Sándor Könnyűipari és Környezetmérnöki		Kar	Terméktervező		Intézet	
Tantárgy neve:		Marketing és kereskedelem I.		Neptun kód:	RTTMK1TTNC	
Tantárgy neve angolul:		Marketing and Commerce I.		Kredit:	4	
Jelleg (kötelező/ választható):		kötelező	Tagozat:	nappali	Félév a mintatantervben:	4
Szakok melyeken a tárgyat oktatják:		Ipari termék- és formatervező mérnöki szak				
Tantárgyfelelős:		Nagyné dr. Szabó Orsolya		Oktató:	Koltai Piroska, Korona Péterné, Orcsik Gézáné	
Előtanulmányi feltételek (kóddal is):		képzési kód: RBNCTF vagy RBNATF				
Heti óraszámok:	Előadás:	1	Tantermi gyakorlat:	2	Laborgyakorlat:	-
Számonkérés módja (s; v, é)	é	A képzés nyelve:	magyar	A tárgy órarendi helye:	Ea: ph. H: 8:55-35 G1 H:11:40-13:30 G2 H 13:30-15:10 G3 K 10:45-12:25 G4 K 12:35-14:15	
A TANANYAG						
Oktatási cél:						
Megismertetni a marketing szerepét, eszközrendszerét, stratégiáit a fogyasztói piacon. Gyakorlat során újdonságkeresés, piackutatás. A nemzetközi marketing alapjainak, a divatárukat forgalmazási sajátosságainak, a márkának és a trendek szerepének bemutatása.						
A TÁRGY RÉSZLETES LEÍRÁSA, ÜTEMEZÉS:						
Előadás témakörei:						
Oktatási hét	Témakör					Oktató
1.	Marketing fogalma, alapfogalmak.Piacok. Maslow-i szükségethierarchia. Fogyasztói magatartás, a vásárlói döntési folyamat					Koltai Piroska
2.						
3.	Piackutatás jelentősége, módszerei. Iparág-elemzés.					Koltai Piroska
4.						
5.	Piaci szegmentáció, célpiacok kiválasztása. A marketing mix fogalma.					Koltai Piroska
6.						
7.	A termékpolitika elemei. Az árpolitika - árazási stratégiák.					Koltai Piroska
8.						
9.	A disztribúciós politika: értékesítési csatornák.					Koltai Piroska
10.						
11.	ZH					
12.						

13.	Pót ZH; A kommunikációs politika elemei, a reklám.	Koltai Piroska
14.		
<b>Gyakorlat/Labor gyakorlatok témakörei:</b>		
Oktatási hét	Témakör	Oktató
1.	Félévi követelmények ismertetése. Fogyasztói magatartás, a vásárlót befolyásoló tényezők.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
2.	Hazai fogyasztói magatartások elemzése.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
3.	A piackutatás módjai. Kérdőív-szerkesztés szabályai. Piackutatás feladatkiírás ismertetése.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
4.	Az ár-minőség kapcsolata az értékesítésben.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
5.	Hallgatói prezentációk feladat leadása (piackutatás). Prezentáció I.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
6.	Hallgatói prezentációk II. (piackutatás)	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
7.	Idegen kultúrák sajátosságai az üzleti életben. Feladatkiírás ismertetése.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
8.	Szünet	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
9.	Hallgatói prezentációk feladat leadása (idegen kultúrák). Prezentáció I.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
10.	Hallgatói prezentációk II. (idegen kultúrák)	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
11.	Reklámüzenet a gyakorlatban. A reklám hatásmechanizmusa.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
12.	Hétfői csoport: prezentációk elemzése. Keddi csoport:szünet.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
13.	Különböző korok reklámjainak összehasonlítása.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
14.	Értékelés. Pótprezentációk.	Korona Péterné, Orcsik Gézáné
<b>Félévközi követelmények</b>		
<b>Foglalkozásokon való részvétel:</b>		
Az előadásokon és gyakorlatokon kötelező a részvétel. A jelenlét ellenőrzése katalógus alapján történik. A foglalkozásokról a TVSZ-ben meghatározott részarányban lehet hiányozni.		
<b>Zárhelyik, jegyzőkönyvek, beszámolók, stb. (száma, időpontja):</b>		
11. hét	ZH	
13. hét	Pót ZH	
5. és 9.hét	2 írásbeli beadandó és annak prezentációja.	

<b>Az aláírás megszerzésének/félévközi jegy kialakításának módszere:</b>	
1 sikeres zh (sikeres, ha elérte az összpontszám min. 40 %-át), pótlás a TVSZ szerint. Az évközi jegy kialakítása az alábbiak szerint történik: Zh eredmény 60%, gyakorlati munkák átlaga 40 %. (Minden feladatot minimum elégséges szinten kell teljesíteni!)	
<b>A vizsga módja (írásbeli, szóbeli, teszt, stb.) és értékelési módszere:</b>	
-	
<b>IRODALOM</b>	
<b>Kötelező:</b>	(1) Oktató által megadott tananyag. (2) Philip Kotler, Kevin Lane Keller: Marketingmenedzsment 2012, Akadémia Kiadó, 2012 (3) Bíró Péter: Marketing nélkül nem megy /Gyakorlati kézikönyv kis- és középvállalkozásoknak, T.Bálint Kiadó, 2009
<b>Ajánlott:</b>	(1) Keith Granet: The Business of Design, Princeton Architectural Press, 2011 (2) Rosamund Davies, Gauti Sigthorsson: Introducing the Creative Industries: From Theory to Practice, SAGE Publications Ltd, 2013 (3) Hoffmann Márta: Piackutatás, Budapesti Műszaki Könyvkiadó, 2000. (4) Bp-Koping Datorg: Textíliák magyarországi piaca, 1999. (5) Terry Morrison, Wayne A., Conaway, Gerore A. Borden: Meghajlás vagy kézfogás?/Üzleti etikett a világ ötvenhétországában, Alexandra, 2002.
<b>Egyéb segédletek:</b>	<a href="https://elearning.uni-obuda.hu/">https://elearning.uni-obuda.hu/</a>
<b>A tárgy minőségbiztosítási módszerei:</b>	
<p>A tárggyal kapcsolatban évenként oktatói felülvizsgálat történik, melynek során figyelembe vesszük a tudásátadás hatékonyságát, illetve a hallgatói és a végzetek által adott vélemények kiértékeléséből származó információkat. Az értékelés alapján a tárggyal kapcsolatos fejlesztési akciók indíthatók, melynek területei</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a tudásátadás módszertana,</li> <li>- a tananyag tartalma,</li> <li>- az előadások és gyakorlatok egymásra épültsége.</li> </ul> <p>A változtatásokról és azok eredményeiről évenkénti értékelést végzünk, erről feljegyzést készítünk és a bevált elemeket a szakfelelős által szervezett ütemezéssel a tantárgyi program részévé tesszük.</p>	