

MARKETINGTERVEZÉS MÓDSZERTANA

(TÁRGYKÓD: GTMSK118B)

KERESKEDELEM ÉS MARKETING SZAKOS HALLGATÓK SZÁMÁRA

Okt. hét	Naptári hét	ELŐADÁS TÉMÁJA
1.	szeptember 8.	A marketingterv és tervezés helye, célja, értelmezése
2.	szeptember 15.	gyakorlat
3.	szeptember 22.	Tervezés folyamata és típusai
4.	szeptember 29.	gyakorlat
5.	október 6.	Elemzési módszerek - marketingmérések
6.	október 13.	gyakorlat
7.	október 20.	gyakorlat
8.	október 27.	Marketing célok meghatározása
9.	november 3.	gyakorlat
10.	november 10.	Marketingprogramok, eszközök tervezése kialakítása
11.	november 17.	gyakorlat
12.	november 24.	Marketingrealizálás és kontrolling
13.	december 1.	ZH
14.	december 8.	Prezentációk

Tárgyfelvétel előfeltétele: Marketing, Marketingkutatás, Fogyasztói magatartás tárgy

Kötelező irodalom

Suzanne Bösze Irving: A marketingtervezés gyakorlati útmutatója Geomédia Bp,2001.

Cohen.A.W.: Marketingtervezés Akadémiai Kiadó 2009.

Piskóti,I.: Marketingtervezés (segédlet) 2010.

Félévi kötelezettség

Marketing terv készítése csoportban – a félévközi csoportos feladat-kidolgozásban aktív részvétel - Félévközi prezentáción jelenlét és aktív részvétel – Előadások és szemináriumok látogatása

A félév gyakorlati jeggyel zárul. Értékelés: Ötfokozatú gyakorlati jegy, amely a következő részfeladatok értékeléséből tevődik össze: 50 pont csoportos feladatok megoldása és prezentálása, 50 félévvégi zárthelyi dolgozat. (61-70 pont elégséges, 71-80 pont közepes, 81-90 pont jó, 91- 100 pont jeles)

Miskolc, 2010. augusztus 30.

Dr. Piskóti István
Intézetigazgató, egyetemi docens