

## Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve (alcím, ha van): Gazdasági ismeretek III. (Marketing menedzsment)				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Fekete Balázs				
Kód: M-DM-301	Kapcsolódó tanterv (szak/szint): DMM	A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): 3. félév	Kredit: 5	Tanóraszám: 44 Egyéni hallgatói munkaóra: 106
Kapcsolt kódok:	Típus: szeminárium	Szab.vál-ként felvehető-e? Nem	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek: -	
A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): -				
<b>A kurzus célja és alapelvei:</b>				
<p>A tantárgy célja, hogy az eddig megszerzett gazdálkodási ismereteket marketing fókusszal bővítse. Lehetővé tegye a szükséges marketing alapismeretek elsajátítását és megértését üzleti környezetben. Részletesen tárgyalja a marketing menedzsment feladatait és eszközrendszerét elméleti és gyakorlati szempontból egyaránt, a képzés keretében a hallgatók foglalkoznak a marketingproblémák feltárásának, elemzésének és megoldásának hátterével. A kurzus során a marketingkommunikáció és digitális marketing ismeretek erőteljes fókuszot kapnak.</p>				
<b>Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):</b>				
<b>Tudás:</b>				
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ismeri az aktuális marketing és marketingkommunikációs eszközrendszert</li><li>2. A kurzus eredményeként a hallgató el tudja helyezni a marketing és marketingkommunikációs folyamatokat az üzleti stratégiában.</li><li>3. Elsajátítja elméletben és megtanulja alkalmazni a gyakorlatban az integrált marketingkommunikációs megközelítést.</li><li>4. Megismeri az online és offline marketing trendeket és a piaci szereplőket.</li><li>5. Átfogó ismeretekkel rendelkezik a design / művészetek terén, különösen a kultúra piacán végzett marketing kutatás és forrásgyűjtés módszereiről, megvalósítási irányairól.</li><li>6. A kurzus eredményeként a hallgató soft készségei (kommunikációs készség, problémamegoldás, kooperáció, vitakultúra) erősödnek.</li></ol>				
<b>Képesség:</b>				
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Képes a megismert marketing eszközök gyakorlati alkalmazására.</li><li>2. A tervezői/alkotói gyakorlatban tapasztalt új megközelítések befogadásán túl és azokat minden érintett érdekeit fair módon szem előtt tartva képviseli partnerek, döntéshozók, fogyasztók felé.</li><li>3. Érzékeli a társadalom és a kulturális piac gyakran változó igényeit.</li><li>4. Képes a vállalati társadalmi felelősségvállalás marketing szempontrendszerének megértésére és gyakorlati alkalmazására.</li></ol>				

**Attitűd:**

A kulturális piac sajátosságából adódóan kiemelten elkötelezett a profitorientált és non-profit szempontok kölcsönös elfogadására, szintetikus szemléletére, eredményeik transzferálhatóságára.

**Autonómia és felelősségvállalás:**

A marketing problémákat az újítás lehetséges kiindulópontjaként fogja fel. A társadalmi és gazdasági hasznosság szemléletmódjait kölcsönösen szem előtt tartja, és az etikus viselkedésminták mentén sajátítja el és alkalmazza a vállalati marketingstratégia tervezését.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

1. Kurzus menetének ismertetése, elvárások, határidők rögzítése, csoportalkotás, bevezető csoportos feladatok
2. A marketing értelmezése és szerepe
3. Piacszegmentáció, célcsoportképzés, pozicionálás (STP)
4. Márkaidentitás és értékteremtés a márkán keresztül
5. Saját márka fejlesztésének évközi áttekintése, Csoportos poszter / plakát bemutatása
6. Marketingtervezés, Marketing mix
7. Marketingkutatói stratégiák és módszerek
8. Dinamikus vizuális identitások (DVI) a design és marketing határán
9. Szolgáltatásmarketing
10. Designkommunikáció vs. Marketingkommunikáció, Reklám és kreatív stratégiák
11. Marketingstratégia csoportos prezentációk

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

**A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük:**

Az órák során a kiírásban szereplő témák kerülnek feldolgozásra, a témák sorrendje változhat. A szeminárium első részében az anyag elméleti ismertetése és a témákban szakértő vendégelőadók prezentációi történnek. Az alkalmak második felében a hallgatók aktív közreműködésével, egyéni és csoportos feladatokon keresztül valósul meg a gazdasági kérdések más-más szemszögekből való gyakorlati feldolgozása. Az órák interaktív jellegűek, ahol elvárás és kérdés a hallgatók aktív bevonódása. A tudás megszerzésének szerves részét képezik az órai feladatok, az esettanulmányok, és adott esetben az előzetes szemináriumi felkészülés szükségessége is.

A hallgatók tennivalói, feladatai:

A kurzus során a hallgatók értékelése és a számonkérés 5 pillérré épül:

1. **Aktív órai jelenlét (20 pont)** – A hallgatók az órán jelen vannak, részt vesznek a közös munkában, hozzászólnak a tananyaghoz, aktívan részt vesznek a feladatokban, kérdéseikkel, hozzászólásaikkal, szakmai véleményük megosztásával törekednek az óra interaktív jellegének erősítésére.
2. **Saját márka fejlesztése** – Egyéni feladat (10 + 20 pont) – A hallgató személyes márkájának építéséhez járul hozzá a következő módokon:

- a. saját vagy vállalkozása LinkedIn oldalának létrehozása és tartalommal való feltöltése mellett 50 új releváns kapcsolatot hoz létre
  - b. saját vizuális identitását fejleszti (logó, fotók, képek, egyéb grafikák) és ezt dokumentálja
  - c. A félév során az **5. szemináriumi** alkalomkor bemutatja ezen feladat aktuális státuszát (10 pont)
  - d. **2023. 12. 04-ig** beadja a saját márka fejlesztésének esettanulmányát prezentációs formában (20 pont).
3. **Marketingterv készítése** – Csoportos feladat (30 pont) – A hallgatók 4 fős csoportokba szerveződve választhatnak egy iparágat, amelyhez kapcsolódva egy fiktív vagy valós termék vagy szolgáltatás marketingtervét dolgozzák ki a félév során. A terv prezentációjában a félév végén minden hallgatónak részt kell vennie, ennek időtartama 20 perc.
4. **Plakát / poszter készítése** – Csoportos feladat (10 pont) – A marketingtervhez kapcsolódóan előzetes teendő minden csoportnak az 5. héten egy kreatív beadandó bemutatása poszter / plakát formájában a marketingterv előkészítéseként. A poszter / plakát egy jól megfogalmazott koncepcióra vagy tematikára épít és szemlélteti a választott iparágat és terméket, valamint az marketing terv alapjaira (STP) is rávilágít. Elkészítéséhez min. 3 különböző nemzetközi forrás felhasználása is szükséges.
5. **Stand-up meeting** – Egyéni feladat (10 pont) – A hallgató **2x5 pontot** szerezhet egy-egy, a tantárgyhoz kapcsolódó aktuális és releváns szakmai hír 5 perces ismertetésével és értelmezésével a tanórák kezdetén.

A tanulás környezete: tanterem

### Értékelés:

A kurzus gyakorlati jeggyel zárul. A félév során a számonkérések időzítése eloszlik: Az aktív órai jelenlét az évközi órák során, a félév közben teljesíthető. A poszter / plakát bemutatása az **5. szemináriumon** történik. A végső csoportos prezentációkra az utolsó szemináriumon kerül sor **november utolsó** hetében, a saját márkaidentitás beadásának határideje: **2023.12.04.**

### Az értékelés szempontjai:

1. **Aktív órai jelenlét**
  - a. Hallgató lehetőség szerint minden alkalommal részt vesz a szemináriumon
  - b. Résztvételét aktív jelenlét jellemzi, az órákhoz hozzászol, a feladatokban szerepet vállal
2. **Saját márkaidentitás**
  - a. A saját LinkedIn oldal elérhető és tartalmas
  - b. Az új releváns kapcsolatok száma kimutatható
  - c. A saját vizuális identitás kidolgozott és koherens
  - d. A vizuális identitás evolúciójának lépései követhetők és dokumentáltak
  - e. Az egyéni munka mennyisége és minősége megítélhető a beadott végső prezentáció alapján

### 3. Marketingterv létrehozása – Csoportos prezentáció

- a. A létrehozott marketingterv – szakmaisága, mélysége, prezentációja
- b. Az elméleti keretének integrálása
- c. A téma kidolgozása, lényeglátás, megfelelő fókusz megtalálása
- d. Logikus, érthető gondolatmenet, struktúra
- e. Következetes és pontos szakmai fogalomhasználat
- f. Az elméleti háttér / gondolkodási keret mélysége, hivatkozások alkalmazása és megfelelő kezelése
- g. A csoportmunka eredményeként létrejött csoportkohézió szintje
- h. Az előadásmód és a prezentáció színvonala, gördülékenysége
- i. Konzisztencia (a terv egyes részei harmonizáljanak egymással, ne legyenek logikai ellentmondások)
- j. Kreativitás (sablonok és mechanikus megoldások kizárva)
- k. Realitás és megvalósíthatóság

### 4. Poszter / plakát készítése a marketing tervhez kapcsolódóan – Csoportmunka

- a. Az iparág megfelelő szempontrendszer melletti bemutatása a poszter / plakáton keresztül
- b. Piaci insight és STP stratégia megjelenik az ismertetésben
- c. A montázs koncepciójának bemutatása az 5. szemináriumon megtörténik
- d. Csoportonként elegendő, ha 2-2 ember prezentálja, de az alkotásban mindenkinek részt kell vállalnia, a feladat mellékleteként a feladatmegosztást is közölni szükséges
- e. A2 méret (lehet nyomtatott és kézzel készült is)

### 5. Stand-up meeting

- a. A megosztott információk frissek (az elmúlt 1-2 hétből származnak)
- b. A hír kapcsolódik a kurzus témájához és a hallgató ismerteti a szakmai kapcsolódásokat
- c. A hír fontos és releváns, hasznos a többi hallgató számára

### Érdemjegyek a megszerzett pontok függvényében:

- 0-55 elégtelen (1)
- 56-65 elégséges (2)
- 66-75 közepes (3)
- 76-84 jó (4)
- 85-100 jeles (5)

### Kötelező irodalom:

1. Bauer András – Berács József – Kenesei Zsófia (2017): Marketing alapismeretek, Akadémiai Kiadó, Budapest (elérhető: MERSZ).
2. Horváth Dóra, Bauer András (szerk.) (2013). Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, részvétel. Budapest: Akadémiai Kiadó (elérhető: MERSZ).
3. Keszei Tamara – Gyulavári Tamás (2016): Marketingtervezés. Akadémiai Kiadó, Budapest (elérhető: MERSZ).

**Ajánlott irodalom:**

1. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
2. Kapferer, J.-N. (2012). *Strategic Brand Management*. Kogan Page.
3. Philip Kotler - Kevin Lane Keller (2012), *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest
4. Neo Interactive Kft. (2023). *Digitális Média Tények Könyve 2022*. Budapest: Neo Interactive Kft. URL: <http://neo-interactive.hu/dmtk/2022>

**Máshol, vagy korábban szerzett tudás elismerése (validációs elv):**

- felmentés adható egyes kompetenciák megszerzése, feladatok teljesítése alól,
- más, tevékenységgel egyes feladatok kiválthatók,
- teljes felmentés adható.

**Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:**

A kurzus hivatalos kommunikációja e-mailben történik. Kérdés, észrevétel, probléma esetén oktatói elérhetőség a fent megadott címen. Tanórán kívüli konzultáció igény szerint, egyedi egyeztetést követően a MOME Master M -135 előterében.