



TANTÁRGYLEÍRÁS

TESTNEVELÉSI EGYETEM

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Modul megnevezése:		MKKR Szint:	6. szint _BSc, BA	
Tantárgy megnevezése:	Marketing alapjai	Kódja:		
Tantárgy kreditértéke:	3 kredit	Készítés dátuma:	2018. 03.26.	
Tantárgyfelelős szervezeti egység:	Sportmenedzsment Tanszék - SMD			
Szak megnevezése:	BSc Sport-és rekreációs szervező			
Képzés munkarendje:	Levelező	Oktatás nyelve:	Magyar	
Tantárgyfelelős neve:	Dr. Sipos-Onyestyák Nikoletta			
Oktató neve:	Kassay Lili			
Előtanulmányi feltételek:	Nincs			
Mintatanterv szerinti meghirdetés féléve:	4. félév	Oklevél minősítésbe beszámít:		
Összes óraszám:	Elmélet:	0	Tantárgy jellege:	Gyakorlat
	Gyakorlat:	8		
Félévzárás módja:	Gyakorlati jegy	Vizsgatípus:	(félévi lezárás) Írásbeli és Szóbeli	
A tantárgy célja:	A hallgatók megismertetése az alapvető marketing fogalmakkal és eszközökkel. Későbbi vezetői szerepük előrevetítve megismerjék az alapvető menedzseri feladatokat, képesek legyenek felismerni az alkalmazási helyzeteket a sportszervezői munkájuk során.			

MEGISMERENDŐ ISMERETEK, KOMPETENCIÁK

	MKKR	KKK
Tudás (a tudás mélysége, szervezettsége, kiterjedtsége, rugalmassága, formálhatósága)	6- Ismer néhány alapvető elméletet a mikro-és makroökonómia	Ismeri és érti az emberi erőforrások alkalmazásához szükséges gazdasági, szervezéstudományi, pedagógiai, pszichológiai, szociológiai törvényszerűségeket.

	6- Ismeri a megfelelő konfliktuskezelési módokat, kommunikációs stratégiákat és módszereket.	Ismeri a testnevelés és sport, rekreáció szervezeti és kapcsolatrendszerét, általános folyamatait, ezek felépítését és működését.
	6- Tisztában van a sport/rekreáció szabályozási környezetével, a szabályozás folyamatával.	Rendelkezik a szakterületükhöz tartozó etikai, jogi és gazdasági, valamint alapvető kommunikációs és tömegkommunikációs ismeretekkel.
Képességek (terület-általános és terület-specifikus képességek, motoros készségek)	6-Célzottan képes az erőforrások felkutatására, bevonására és gazdálkodásra.	Képes az elsajátított szakmai, jogi, gazdasági, valamint szervezési és vezetési ismeretek hatékony gyakorlati alkalmazására.
	6-El tudja látni a sportolók/rendszeres fizikai aktivitást végzők felkészítését és versenyeztetését, valamint a sportmenedzsment/ rekreáció menedzsment területén szervezési és vezetési feladatokat old meg.	Képes sportszervezői, rekreáció szervezői, vezetői és sportvezetői tevékenységek ellátására.
Attitűdök (érzelmi és értékelő viszonyulások, megítélés; vélekedések, nézetek; szándékok, törekvések)	6-Mélyen elkötelezett a minőségi sportszakmai munkavégzés mellett.	Az etikai, jogi, gazdasági, valamint tömegkommunikációs ismeretei átadásával hozzájárul az egyének különböző helyszínű és fajtájú sporttevékenységekbe történő beilleszkedéséhez.
	6-Törekszik az élethosszig tartó és az élet egészére kiterjedő tanulásra, nyitott új médiumok iránt, keresi az új információforrásokat.	Nyitott szakmája átfogó gondolkodásmódjának és gyakorlati működése alapvető jellemzőinek hiteles közvetítésére, átadására.
Autonómia és felelősség (mértéke, területei a társas környezetben való cselekvés dimenziói mentén)	6-Minden esetben a fair play szellemében tevékenykedik, amivel mintát ad teljes környezetének.	Szakmai felelősségének tudatában fejleszti a vele kapcsolatba kerülők személyiségét a testnevelés és sport, rekreáció társadalmi szerepének, fontosságának hangsúlyozásával.
	6-Együttműködést kezdeményez a testkulturális területen működő szervezetekkel.	Tudatosan képviseli szakterületének korszerű elméleteit és módszereit.
A TANANYAG TARTALMI ELEMEI (E+GY)		

<ol style="list-style-type: none"> 1. Alapfogalmak Szegmentálás, célcsoport – esettanulmány megoldások Környezeti elemzések – esettanulmány megoldások Marketing-mix (4P, 4C, 7P) – esettanulmány megoldások 2. ZH 1.: Dr. Józsa László: Marketingstratégia, Akadémiai Kiadó, 2014 Vállalatalapítástól az érett nagyvállalati marketingig (marketinggel szembeni elvárások, megközelítés, eszközök) Dr. Gáti Mirkó: Kis- és középvállalatok marketingtevékenységének befolyásoló tényezői (26.o-) Kisvállalati marketing – esettanulmány megoldások 3. Kisvállalati marketing – esettanulmány megoldások Kisvállalati marketing – esettanulmány megoldások 4. ZH 2.: Rekettye Gábor: Marketing a kisvállalatoknak, Akadémiai Kiadó, 2012 Kérdőív készítés (csoportmunka) Interjú guide készítés (csoportmunka) 	
FÉLÉVKÖZI KÖVETELMÉNYEK	
<ul style="list-style-type: none"> - Esettanulmányok megoldása - ZH-k sikeres (61%+) teljesítése 	
A TANTÁRGY ELFOGADÁSÁNAK FELTÉTELEI	
Óralátogatás:	kötelező
Számonkérés formája:	Írásbeli és Szóbeli
Vizsgára bocsátás feltétele:	Aláírás
A FÉLÉVZÁRÁS MÓDJÁ, A TANTÁRGYI JEGY KIALAKÍTÁSÁNAK SZEMPONTJAI	
Félévi követelmények (ellenőrző dolgozatok és gyakorlati követelmények teljesítése)	ZH1. és 2. sikeres megírása (61%+) Csoportmunka teljesítése
Az aláírás megszerzésének feltétele, a teljesítés hiányának következménye	Óralátogatás az SZVSZ szerint, órai csoportmunkában való részvétel, ZH-k sikeres teljesítése
A tantárgy félévi lezárását jelentő ellenőrzési forma (vizsgatípus)	Gyakorlati jegy az órai munka, csoportmunka és a ZH-k teljesítése alapján
KÖTELEZŐ IRODALOM	

Dr. Józsa László: Marketingstratégia, Akadémiai Kiadó, 2014
Rekettye Gábor: Marketing a kisvállalatoknak, Akadémiai Kiadó, 2012

AJÁNLOTT IRODALOM