



TANTÁRGYLEÍRÁS

TESTNEVELÉSI EGYETEM

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Modul megnevezése:		MKKR Szint:	6. szint _BSc, BA	
Tantárgy megnevezése:	Sportmarketing 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:	Nappali	Oktatás nyelve:	Magyar	
Tantárgyfelelős neve:	Dr. Sipos-Onyestyák Nikoletta			
Oktató neve:	Kassay Lili			
Előtanulmányi feltételek:	Marketing alapjai			
Mintatanterv szerinti meghirdetés féléve:	5. félév	Oklevél minősítésbe beszámít:	Igen/Nem	
Összes óraszám:	Elmélet:	0	Tantárgy jellege:	Gyakorlat
	Gyakorlat:	26		
Félévzárás módja:	Gyakorlati jegy	Vizsgatípus:	(félévi lezárás) Írásbeli és Szóbeli	
A tantárgy célja:	A hallgatók megismertetése az alapvető sportmarketing fogalmakkal és eszközökkel. Későbbi vezetői szerepüket 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.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
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.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
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.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
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.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
	Válasszon az alábbiak közül.	Válasszon az alábbiak közül.
A TANANYAG TARTALMI ELEMEI (E+GY)		

1. Alapfogalmak, elemzési eszközök, marketing-mix, marketingkommunikáció – ismétlés
2. Fogyasztói igény, piac, szegmentálás, célcsoportok, versenytársak – választott projektfeladatban, csoportmunka
3. Környezeti elemzés – választott projektfeladatban, csoportmunka
4. Piac feltérképezése (célpiaac és igénye, felhasználói tapasztalatok, Persona) – választott projektfeladatban, csoportmunka
5. Üzleti modell, marketing (smart) cél – választott projektfeladatban, csoportmunka
6. Csoportos prezentáció I.
7. Csoportos prezentáció II.
8. Marketing-mix kialakítása (stratégiai irány meghatározása) – választott projektfeladatban csoportmunka
9. Marketing terv kidolgozása I. – választott projektfeladatban csoportmunka
10. Marketing terv kidolgozása II. – választott projektfeladatban csoportmunka
11. Marketingkommunikációs terv kidolgozása – választott projektfeladatban csoportmunka
12. Csoportos prezentáció I.
13. Csoportos prezentáció II.

FÉLÉVKÖZI KÖVETELMÉNYEK

- Csoportos órai munka, valamint esettanulmányok megoldása, csoportos prezentációk
- Záró csoportos prezentáción az egyedi kérdés megválaszolása

A TANTÁRGY ELFOGADÁSÁNAK FELTÉTELEI

Óralátogatás:	kötelező
Számonkérés formája:	Írásbeli és Szóbeli
Vizsgára bocsátás feltétele:	Aláírás

A FÉLÉVZÁRÁS MÓDJA, A TANTÁRGYI JEGY KIALAKÍTÁSÁNAK SZEMPONTJAI

Félévi követelmények (ellenőrző dolgozatok és gyakorlati követelmények teljesítése)	Kijelölt időpontban összesen 2 prezentáció/csoport teljesítése Választott projektfeladat leadása a 12. hetet megelőzően Sikeres záró (2.) prezentáció
Az aláírás megszerzésének feltétele, a teljesítés hiányának következménye	Óralátogatás az SZVSZ szerint, órai csoportmunkában való részvétel, a megadott pontszám elérése, záró csoportos prezentáció sikeres teljesítése
A tantárgy félévi lezárását jelentő ellenőrzési forma (vizsgatípus)	óra munka, beadandók, prezentációk – összpontszám alapján

KÖTELEZŐ IRODALOM

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

AJÁNLOTT IRODALOM