



# TANTÁRGYLEÍRÁS

TESTNEVELÉSI EGYETEM

## A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Modul megnevezése:</b>		<b>MKKR Szint:</b>	6. szint _BSc, BA	
<b>Tantárgy megnevezése:</b>	Sportmarketing alapjai	<b>Kódja:</b>		
<b>Tantárgy kreditértéke:</b>	3 kredit	<b>Készítés dátuma:</b>	2018. 03.26.	
<b>Tantárgyfelelős szervezeti egység:</b>	Sportmenedzsment Tanszék - SMD			
<b>Szak megnevezése:</b>	BSc Sport-és rekreációs szervező			
<b>Képzés munkarendje:</b>	Levelező	<b>Oktatás nyelve:</b>	Magyar	
<b>Tantárgyfelelős neve:</b>	Dr. Sipos-Onyestyák Nikoletta			
<b>Oktató neve:</b>	Kassay Lili			
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	Marketing alapjai			
<b>Mintatanterv szerinti meghirdetés féléve:</b>	5. félév	<b>Oklevél minősítésbe beszámít:</b>		
<b>Összes óraszám:</b>	Elmélet:	0	<b>Tantárgy jellege:</b>	Gyakorlat
	Gyakorlat:	8		
<b>Félévzárás módja:</b>	Gyakorlati jegy	<b>Vizsgatípus:</b>	(félévi lezárás) Írásbeli és Szóbeli	
<b>A tantárgy célja:</b>	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
<b>Tudás (a tudás mélysége, szervezettsége, kiterjedtsége, rugalmassága, formálhatósága)</b>	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.
<b>Képességek (terület-általános és terület-specifikus képességek, motoros készségek)</b>	6-Céltzotn 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.
<b>Attitűdök (érzelmi és értékelő viszonyulások, megítélés; vélekedések, nézetek; szándékok, törekvések)</b>	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.
<b>Autonómia és felelősség (mértéke, területei a társas környezetben való cselekvés dimenziói mentén)</b>	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-Együtműködést kezdeményez a testkulturális területen működő szervezetekkel.	Tudatosan képviseli szakterületének korszerű elméleteit és módszereit.
<b>A TANANYAG TARTALMI ELEMEI (E+GY)</b>		

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alapfogalmak, elemzési eszközök, marketing-mix, marketingkommunikáció – ismétlés Fogyasztói igény, piac, szegmentálás, célcsoportok, versenytársak – választott projektfeladatban, csoportmunka Környezeti elemzés – választott projektfeladatban, csoportmunka</li> <li>2. Piac feltérképezése (célpiac és igénye, felhasználói tapasztalatok, Persona) – választott projektfeladatban, csoportmunka Üzleti modell, marketing (smart) cél – választott projektfeladatban, csoportmunka Marketing-mix kialakítása (stratégiai irány meghatározása) – választott projektfeladatban csoportmunka</li> <li>3. Marketing terv kidolgozása – választott projektfeladatban csoportmunka Marketingkommunikációs terv kidolgozása – választott projektfeladatban csoportmunka</li> <li>4. Csoportos prezentáció</li> </ol>	
<b>FÉLÉVKÖZI KÖVETELMÉNYEK</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Csoportos órai munka, valamint esettanulmányok megoldása, csoportos prezentáció</li> <li>- Záró csoportos prezentáción az egyedi kérdés megválaszolása</li> </ul>	
<b>A TANTÁRGY ELFOGADÁSÁNAK FELTÉTELEI</b>	
<b>Óralátogatás:</b>	kötelező
<b>Számonkérés formája:</b>	Írásbeli és Szóbeli
<b>Vizsgára bocsátás feltétele:</b>	Aláírás
<b>A FÉLÉVZÁRÁS MÓDJA, A TANTÁRGYI JEGY KIALAKÍTÁSÁNAK SZEMPONTJAI</b>	
<b>Félévi követelmények</b> (ellenőrző dolgozatok és gyakorlati követelmények teljesítése)	Választott projektfeladat leadása a 4. hetet megelőzően Sikeres záró prezentáció
<b>Az aláírás megszerzésének feltétele, a teljesítés hiányának következménye</b>	Óralátogatás az SZVSZ szerint, órai csoportmunkában való részvétel, a megadott pontszám elérése, záró csoportos prezentáció sikeres teljesítése
<b>A tantárgy félévi lezárását jelentő ellenőrzési forma (vizsgatípus)</b>	óra munka, beadandók, prezentációk – összpontszám alapján
<b>KÖTELEZŐ IRODALOM</b>	

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

**AJÁNLOTT IRODALOM**