

Országos Rabbiképző – Zsidó Egyetem

Oktatásért felelős szervezeti egység	Szociális munka és Társadalomtudományi Tanszék			
Tantárgy neve:	Nonprofit marketing			Tárgy Neptun kódja (TO tölti ki)
Angolul	Nonprofit Marketing			Kredit:
Jelleg: (Kötelező / Kötelezően választható / Szabadon választható)	Kötelező			Félév a mintatantervben:
Tantárgyfelelős:	Dr. Beke Tamás			
Tárgy felvételének előzetes követelménye:	előtanulmányi kötelezettség nincs			Előfeltétel Neptun kódja (TO tölti ki)
Heti óraszámok:	Előadás		Gyakorlat	1
Félév végi számonkérés típusa (ai, v, gyj, sz) :	gyakorlati jegy			
Félévközi követelmények				
A foglalkozásokon való részvétel követelményei és a távollét pótlásának lehetőségei:	A tantárgy elfogadásához a tanórák legalább 70 %-án jelen kell lenni. A hallgató köteles az előadás/gyakorlat anyagát beszerezni, abból önállóan felvétele a kurzusvezető által a félév elején támasztott és közölt követelmények szerint.			
Az igazolás módja a foglalkozásokon való távollét esetén:	A távollétet a hiányzást követő első alkalommal kell igazolni.			
A félévközi ellenőrzések (beszámolók, zárthelyi dolgozatok) száma, témaköre és időpontjai, pótlásuk és javításuk lehetősége:				
A hallgató egyéni munkáival megoldandó feladatainak száma, típusa:	Félévenként 3 db beadandó feladat elkészítése			
Osztályzat kialakításának módja:	<p>Sikeres félév feltétele: a félévi követelmények 51% fölötti teljesítése</p> <p>I. félévközi beadandó feladat – 30 pont II. félévközi beadandó feladat – 30 pont III. félévközi beadandó feladat – 30 pont</p> <p>Az értékelés módszere: Félévközi beadandó feladatok eredménye alapján az összpontszám alapján.</p>			
A tárgy rövid leírása, fontosabb témák, témacsoportok:				
<i>Előadás, gyakorlatok témakörei:</i>				
Témakör				

A tantárgy célja és ismeretanyaga

A kurzus célja a modern marketing alapfogalmainak, alapelveinek és alapvető eszközeinek, illetve ezek alkalmazásának megismerése a folyamatosan változó marketing trendjeit, a szervezetek kihívásait és működési környezetét figyelembe véve.

Számos gyakorlati példa segítségével rendszerbe foglaljuk a marketing stratégia kialakításának módszertanát. Azonosítjuk a for- és nonprofit szektor rendelkezésére álló marketing eszköztant. Fontos, hogy a hallgató részvételrel marketingorientált szemléletmódot is elsajátítson.

Kialakítandó / fejlesztendő kompetenciák:

A hallgató ismerje meg a marketing alapvető fogalmait, fejlődéstörténeti jellegzetességeit és összefüggéseit a vállalkozás, a termelő és szolgáltató ágazatára vonatkozóan. Ismerje meg és tudja alkalmazni a marketing folyamatokra vonatkozóan.

Ismerje a problémák beazonosításakor vizsgálandó területeket, a releváns információ-gyűjtési, elemzési módszereket, a célok megvalósításához rendelkezésre álló eszközöket, ezek alkalmazási korlátait és feltételeit. Szakterület szakmai szókincsét, a főbb alapfogalmakat részben angolul is.

Képesse válogatni a marketing tervezéshez szükséges alapvető ismeretek alapján a szervezeti folyamatokra vonatkozóan, következtetések megfogalmazására. Képes legyen felmérni a non-profit szervezet működési környelét, a célszoportok alapvető magatartását, az azt befolyásoló főbb jellemzőket, ez alapján pedig ki tudja választani a legalkalmasabb hatékony eszközöket.

Irodalom

Kötelező:	Előadások anyaga (Pdf formátumban elérhető a hallgatók számára)
Ajánlott:	<ul style="list-style-type: none">■ DR. PAVLUSKA VALÉRIA: A marketing sajátos természete a nonprofit szervezetekben. Tudásmenedzsment 4. 2003. 2. pp.18-26.■ Philip Kotler & Kevin L. Keller (2006): Marketing Menedzsment, Akadémiai Kiadó, Budapest■ NAGYOVÁ, JANA: Marketing in Nonprofit Organizations, In: ZIMMER, A. (ed.) Civil Society in Central Europe, Verlag 2004. pp. 425-455■ Veres Z. & Szilágyi Z (2005): A marketing alapjai, Perfekt Kiadó, Budapest■ McLeish, Barry (1997): Sikeres marketingstratégiák nonprofit szervezetek részére, KJK, Budapest■ Dinya L., et al. [2004]: Nonbusiness marketing és menedzsment, KJK-KERSZ
Egyéb segédletek:	www.niok.hu www.nonprofit.hu

k
3
V.
nie a hallgatónak. felkészülni. A sikeres félév eredmények teljesítése.
szólni.
teljesítése.
zám: 90 pont

Előadásának bemutatása. A szervezetük kockázati tényezőit, azonosítását, alapvető lépéseit. Ismerje és alkalmazza a tanuló az előadásokon való

for- és nonprofit, valamint üzleti elemzési eljárásokat. Ismerje és alkalmazza a problémamegoldási és problémamegoldási módszereket. Ismerje és alkalmazza a

jellemző összefüggések az üzleti életben, és fel tudja mérni a szervezet működésére a befolyásoláshoz leginkább

vezetékben, In:

Kiadó, Budapest
– PRILLER E.: Future of

Értéke. Co-Nex Könyvkiadó

ÖV, Budapest