



Horváth József

## Marketing alapok I.



A követelménymodul megnevezése:  
**Projektmenedzsment**

A követelménymodul száma: 1143-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-011-50



## MARKETING ALAPOK.

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

A vállalkozás bajban van, a gyártott termékeinek fogyasztása csökken, sok reklamáció, panasz érkezik a forgalmazókhhoz, illetve a vállalkozáshoz közvetlenül. A piaci szereplőktől állandóan csak a rossz véleményt hallani a termékek jellemzőiről, csomagolásáról. A talpon maradáshoz a vállalkozásnak döntéseket kell hoznia. A piac primer és a szekunder információknak ismeretében a vállalkozásdöntési helyzetbe kerül.

Nézzük milyen döntéseket kell meghoznia:

- Hogyan mérjük fel a keresletet?
- Milyen feltételeket vettünk figyelembe a termék tervezésekor?
- Milyen ár és értékesítési formát választottunk?
- Sikeres-e a fogyasztók elérése a reklámokkal?
- Ismerjük-e a konkurencia termékeit?

A kérdéseink megválaszolásakor ne feledjük, törekedjenek, arra , hogy mindig a fogyasztó a legfontosabb-szükségleteinek felismerése, kielégítése ismeretében juthat el vállalkozásunk a nyereséges vállalkozás megvalósításához.

<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

### 1. Kapcsolódó alapfogalmak

A marketing kiindulásának is tekinthetjük, hogy az embereknek szükségletei vannak. A marketing koncepcióból levezetve adhatjuk meg a marketing fogalmát. Egyes szerzők más és más megfogalmazást adtak.

Nézzünk néhány példát!

*Az amerikai marketingszövetség szerint:*

„A marketing az a folyamat, mellyel a vállalat alkotó módon és nyereségesen kapcsolódik a piachoz.”

*Philip Kotler szerint:*

„A marketing társadalmi és vezetési lépések láncolata, melynek során az egyének és a csoportok termékeket és értékeket alkotnak s cserélnék ki egymás között.”

A marketinghez kapcsolódó néhány fogalom:

*Szükséglet:* Az emberi tevékenység meghatározója, eleve benne van az emberi létben. Lásd: Maslow szükségletek hierarchiáját.

*Igény:* az alapvető szükségletek konkrét kielégítése.

*Kereslet:* a termék iránti igény, mely párosul a vásárlóképességgel és a vásárlói hajlandósággal.

*Termék:* Mindaz, ami a szükséglet kielégítésére felkínálható.

*Ár:* Az áru pénzben kifejezett értéke

*Verseny:* a piaci szereplők tevékenysége

*Pénz:* általános értékmérő

*Mikrokörnyezet:* A környezetnek az a része, amely a vállalkozással közvetlenül kapcsolatban van. Pl: vevők versenytársak.

*Makrokörnyezet:* A környezetnek az a része amely a vállalkozással közvetlenül kapcsolatban van. Pl: természeti környezet, politikai környezet.

### 2. Marketingstratégia

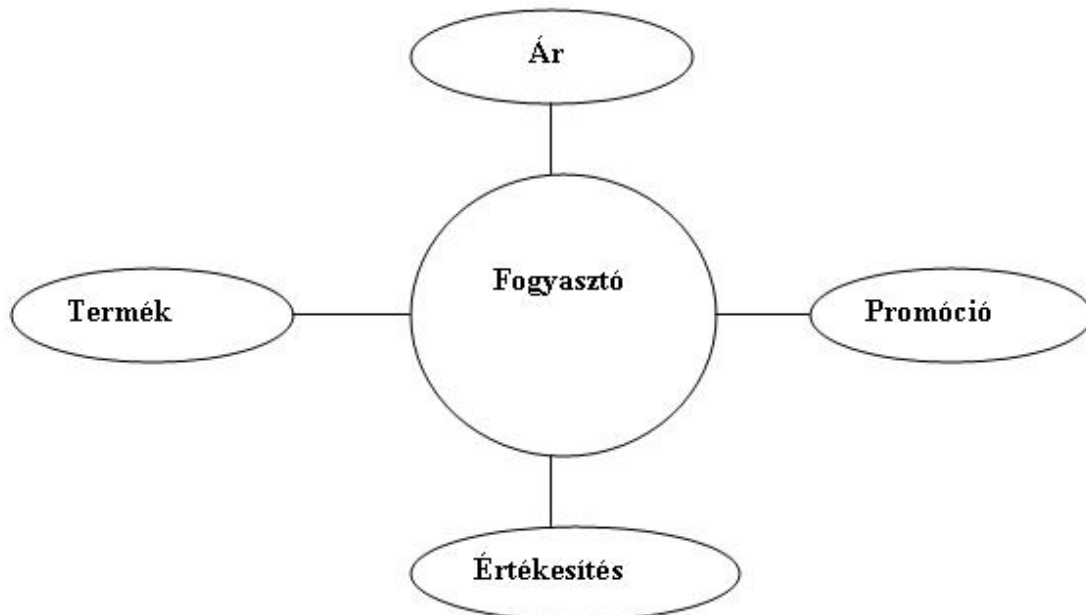
A vállalatoknak folyamatosan alkalmazkodnia kell az állandóan változó piaci környezethez. Nézzünk néhány kérdést, ami a stratégia kialakításakor felmerül!

- Milyen célok fogalmazódnak meg a vállalatnál?
- Mely piacokra tudunk hatásokat kifejteni?
- Milyen eszközök állnak rendelkezésünkre?

A stratégiai tervezés olyan folyamat, mely során a vállalat célkitűzései és erőforrásai között kapcsolat alakul ki az adott piaci lehetőségek között. A célok megfogalmazásakor ne tüsszünk ki irreális dolgokat, pl.: törekedjünk a maximális nyereségre a minimális költség mellett.

A piaci verseny felismerése gyors és átgondolt döntésekre késztetik a vállalatokat. A versenytársak jelenléte mindig alkalmazkodásra kényszerít.

A fogyasztók szükségleteinek kielégítésekor a piaci folyamatokban mindig a vevő áll a középpontban. A marketing munka során ezt Marketing MIX-el jellemezhetjük.



1. ábra. Marketing MIX

Az angol kifejezések első betűi után ezt 4P-nek nevezik.

## TERMÉKMARKETING

A vállalat termékeinek piaci jelenlétét elsősorban a minősége határozza meg. A forma a csomagolás meggyőzheti a fogyasztókat. A termékek piaci jelenlétét a termék életgörbével jellemezhetjük:

Az egyes szakaszok jellemzése:

### 1. Bevezetés:

Egyedi termék esetén a vállalat határozhatja meg az árat, de a bevezetés költségeit egyedül viseli.

### 2. Növekedés

Ismertebbé válik a termék / reklám hatása/. Nő az eladott mennyiség. A vállalat a kezdeti minőségi problémákat kijavította.

### 3. Érettség

A piac nő, egyre többen vásárolják a terméket. A konkurencia már jelen van. Egyedi termékazonosítók (márkanév) szükségesek.

### 4. Telítettség

Közel állandó az értékesített mennyiség. A kereslet már nem bővül. Az ár meghatározóvá válik.

### 5. Hanyatlás

A kereslet csökken, a vállalat megszünteti a gyártást.

Megjegyezzük, hogy az egyes szakaszok időbeli kiterjesztését a vállalat egyéb eszközökkel – reklám, csereakció – segíti.

## ÁRMARKETING:

A vállalat piaci megjelenése alakítja a termék árát. Monopolhelyzet esetén egyedüli gyártóként határozhatjuk meg az árat. Verseny esetén a versenytársak árait figyelve alakíthatjuk ki termékünk árát.

## ÉRTÉKESÍTÉS:

Az, az útvonal, mely során a termék eljut a gyártótól a fogyasztóig.

Célunk, hogy a lehető legrövidebb úton és a legrövidebb idő alatt juttassuk el a termékünket a fogyasztóhoz. Az értékesítés folyamatához nagykereskedelmi és kiskereskedelmi vállalatok kapcsolódnak. Új értékesítési formákat is láthatunk a piacon pl csomagküldő szolgálat, szerződéses értékesítés.

### 3. Marketingkommunikáció

A marketingkommunikáció lényege az eladást segítő tevékenységek összessége. A kommunikációval a kereslet növelését a vásárlói döntéseket szeretné a vállalat befolyásolni. A folyamatát vizsgálva:

- Attention- figyelemfelkeltés
- Interest- érdeklődéskeltés
- Desire- birtoklási vágy
- Action- cselekvésre késztetés

Az angol kezdőbetűk miatt a szakirodalom a modellt AIDA-modellnek nevezi.

A kommunikációs folyamat egy adó által közvetített üzenet befogadásából áll, melyet zavaró hatások befolyásolnak.

A kommunikációs tevékenység főbb lépései:

Célközönség meghatározása:

- szükségletek felderítése
- image kialakítása a termékről v vállalatról

Kommunikációs célok meghatározása

- A vállalat tájékoztatja a fogyasztókat hogy a termékét vásárolja.

Üzenet tervezése

- A termék iránti akaratot (vágyat) ébresztjük fel a fogyasztókban.

Kommunikációs útvonal tervezése

- Személyes vagy nem személyes kapcsolat a fogyasztóval.

Promóciós eszközről való döntés

- Promóciós eszközök, reklám, értékesítés ösztönzés, közönségkapcsolat (public relations) személyes értesítés

Folyamat koordinálása.

A tevékenységek elemzésénél kiemeljük a reklámot, mint promóciós eszközt. A reklámozás jellemzői közül a személytelenség, egyirányúság, azonosíthatóság jelenik meg. Reklámhordozó lehet pl. sajtótermék, szórólap, sportpálya, Tv, rádió stb. Reklámeszköz lehet pl.: plakát, napilap, reklámfilm, faliújság stb.

Gondolja át, milyen információközvetítés van a reklámhordozó és a reklámeszköz között.

#### 4. Marketing információs rendszer (MIR)

A MIR az emberek kölcsönösen egymásra ható rendszere, az információgyűjtés folyamata. A vállalat szempontjából az információt külső és belső elemekre bonthatjuk.

Tekintsünk vissza az alapfogalmakhoz. Nézzünk egy példát!

Az értékesítés tervezésekor el kell kerülni, hogy a szállítók ne túl sok információt kapjanak a termékről.

A külső adatokat a piackutatás eredményéből kaphatjuk, melyek nagymértékben befolyásolhatják a vállalati döntéseket. A belső információkat a termelési, gyártási adatok feldolgozása adja.

### TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. Nyisson ideiglenes saját ügyfélkaput a <https://magyarorszag.hu> Kormányzati Portálon!
2. Keresse meg és tanulmányozza társai bevonásával a 2009. évi CXV. törvényt az egyéni vállalkozóról és az egyéni cégről!
3. Keresse meg az Interneten a KSH honlapján a szakmakódok jegyzékét, a társak bevonásával válasszanak a szakmájuknak megfelelő szakmakódokat!
4. Keresse meg és tanulmányozza az egyéni vállalkozói igazolvány felépítését!
5. Tanulmányozza a kereskedelmi bankok honlapján szolgáltatásaikat!
6. Keresse meg és tanulmányozza társai bevonásával a gazdasági társaságokról szóló 2006. évi IV. törvényt!
7. Készítsen társasági szerződést a jogi személyiséggel rendelkező és nem rendelkező gazdasági társaságra!

**ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK****1. feladat**

Válaszoljon az alábbi kérdésekre!

Szükséges-e az egyéni vállalkozás megkezdéséhez a vállalkozói igazolvány kiváltása?

---

---

---

**2. feladat**

Az egyéni vállalkozó a tevékenységének gyakorlás során mit köteles feltüntetni a számlákon!

---

---

---

**3. feladat**

Jellemezze az egyéni vállalkozások működését!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**4. feladat**

Milyen felelőssége van az egyéni vállalkozónak, ill. az egyéni cégnek?

---

---

---

---

---

---

**5. feladat**

Mutasd be a társasági szerződés főbb elemeit!

---

---

---

---

---

---

**6. feladat**

Alapíts társaiddal egy tetszőlegesen választott gazdasági társaságot!

## MEGOLDÁSOK

### 1. feladat

A vállalkozás bejelentéséhez és a tevékenység megkezdéséhez NEM!

### 2. feladat

Eladó neve, címe, adószáma. Vevő neve, címe, adószáma. Fizetés módja, teljesítés határideje, számlakelte, A fizetés határideje. A termék megnevezése, áfa kulcs, mennyiségi egység, mennyiség. egységár (áfa nélkül), érték áfa nélkül, áfa, összeg betűvel, aláírás

### 3. feladat

Egyéni vállalkozás működése:

- a tevékenységek megnevezését a bejelentkezéskor meg kell nevezni (fő- és egyéb tevékenységek), amelyek a Tevékenységek Egységes Ágazati Osztályok Rendszerében (TEÁOR) találhatóak,
- meg kell jeleníteni a vállalkozás székhelyét (ügyintézés helye, iratkezelés, tárolás, stb.), telephelyeit (a tevékenység tényleges gyakorlásának helye),
- az állami adóhatósági bejelentkezés, ügyintézés, adózási forma megválasztása,
- pénzforgalmi adatok alapján banki ügyintézés,
- a tevékenység végzéséhez szükséges szakmai végzettség biztosítása,
- számviteli feladatok (naplófőkönyv vagy pénztárkönyv vezetése),
- az egyéni vállalkozó tevékenységét szüneteltetheti (legalább egy hónap, legfeljebb öt évig),
- az egyéni vállalkozás a törvényben meghatározott feltételek szerint szüntethető meg.

### 4. feladat

Egyéni vállalkozásnál nincs elkülönülő vagyon, egyéni cégnél alaptőke van.

### 5. feladat

A társasági szerződés főbb tartalma:

- a gazdasági társaság cégnevét és székhelyét,
- a gazdasági társaság tagjai, mégpedig – ha a törvény másképp nem rendelkezik – nevük (cégnévük) és lakóhelyük (székhelyük) feltüntetésével,
- a gazdasági társaság cégjegyzékben feltüntetett tevékenységei,
- a társaság jegyzett tőkéjét, az egyes tagok vagyoni hozzájárulását,

- a társaság képviseletét, ideértve a cégjegyzés módját,
- a tagok (részvényesek) által kijelölt első vezető tisztségviselők,
- a gazdasági társaság működésének időtartamát.

#### 6. feladat

A tetszőlegesen választott gazdasági társaság melléklet szerinti megalapítása.

MUNKANYELV

## IRODALOMJEGYZÉK

### FELHASZNÁLT IRODALOM

2009. évi CXV. Törvény az egyéni vállalkozóról és egyéni cégről

<https://magyarország.hu>

2006. évi IV. törvény a gazdasági társaságokról /GT/

2006. évi V. törvény a cégnyilvánosságról, bírósági eljárásról /Ctv/

1991. évi LIX. Törvény a csődeljárásról és a felszámolási eljárásról

Vállalkozási ismeretek 2006 Magyar Kereskedelmi és Iparkamara

Bognár Zsoltné: Vállalkozások 1. Vállalkozási ismeretek (Műszaki Kiadó, Budapest 2008.)

MUNKANYELVI

A(z) 1143–06 modul 011–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
54 482 01 0010 54 01	Adatbázistervező
54 482 01 0010 54 02	Adatelemző
54 481 01 1000 00 00	CAD-CAM informatikus
54 481 02 0010 54 01	Infokommunikációs alkalmazásfejlesztő
54 481 02 0010 54 02	Információrendszer-elemző és -tervező
54 481 02 0010 54 03	Internetes alkalmazásfejlesztő
54 481 02 0010 54 04	Szoftverfejlesztő
54 481 03 0010 54 01	Informatikai hálózattervező és -üzemeltető
54 481 03 0010 54 02	Informatikai műszerész
54 481 03 0010 54 03	IT biztonság technikus
54 481 03 0010 54 04	IT kereskedő
54 481 03 0010 54 05	Számítógéprendszer-karbantartó
54 481 03 0010 54 06	Szórakoztatótechnikai műszerész
54 481 03 0010 54 07	Webmester
54 481 03 0100 52 01	Számítástechnikai szoftverüzemeltető
54 481 04 0010 54 01	Gazdasági informatikus
54 481 04 0010 54 02	Infostruktúra menedzser
54 481 04 0010 54 03	Ipari informatikai technikus
54 481 04 0010 54 04	Műszaki informatikus
54 481 04 0010 54 05	Távközlési informatikus
54 481 04 0010 54 06	Telekommunikációs informatikus
54 481 04 0010 54 07	Térinformatikus
54 482 02 0010 54 01	IT mentor
54 482 02 0010 54 02	Közösségi informatikai szolgáltató
54 482 02 0010 54 03	Oktatási kommunikációtechnikus
54 213 04 0010 54 01	Designer
54 213 04 0010 54 02	E-játék fejlesztő
54 213 04 0010 54 03	E-learning tananyagfejlesztő
54 213 04 0010 54 04	Multimédiafejlesztő
54 213 04 0010 54 05	Tartalommenedzser

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

12 óra

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv  
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának  
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet  
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:  
Nagy László főigazgató