

Tárgytematika / Course Description

Nemzetközi marketing

KGLB_MMTM028

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Keller Veronika

Félév / Semester: 2019/20/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A globalizálódó világ változásai, a nemzetközi kapcsolatok fontossága felértékeli a külpiaci munkát, és szükségessé teszi a nemzetközi marketing elsajátítását. Nemzetközi környezetben a marketingfeladatok sokszor más formában jelentkeznek, mint a jól ismert hazai körülmények között. Ezért a tantárgy elméleti ismereteket és gyakorlati feladatokat is egyaránt magában foglal. A hallgatók elsajátítják a vállalatok külföldi piacon való megjelenésének lépéseit, módszereit, metódusát, ismereteiket különböző típusú piaci folyamatok tanulmányozása során bővítik.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1.hét	Fogalmak, koncepciók
2.hét	A világgazdasági környezet
3.hét	Földrajzi, politikai, jogi környezet
4.hét	Kulturális környezet I.
5.hét	Kulturális környezet II.
6.hét	Nemzetközi üzleti gyakorlat, üzleti szokások
7.hét	Fogyasztói magatartás
8.hét	A külpiaci kilépés formái és módszerei
9.hét	Nemzetközi piackutatás
10.hét	Termékpolitika a nemzetközi marketingben
11.hét	Árpolitika a nemzetközi marketingben
12.hét	Nemzetközi értékesítési csatornák

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

Értékelés

Coedu-s vizsga:

Érdemjegy: 0-50% elégtelen, 51-65% elégséges, 66-80% közepes, 81-90% jó, 91-100% jeles.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Deli Zsuzsa (2005): Nemzetközi marketing, Műegyetemi Kiadó, Budapest

Ajánlott irodalom:

Rekettye Gábor - Tóth Tamás - Malota Erzsébet (2015): Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó, Bp., Kijelölt fejezetek: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Tóth Tamás (2008): Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest

David, Jobber (1998): Európai marketing, Műszaki könyvkiadó, Budapest

Eszes-Szabóné-Szántó-Veres (1999): Globális marketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest

Svend, Hollensen (2004): Global marketing, Prentice Hall