

## Tárgytematika / Course Description

### Nemzetközi marketing

**KGLB\_MMTM028****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Keller Veronika**Félév / Semester:** 2023/24/2**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 külpiazi 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
13.hét	Nemzetközi marketingkommunikáció
14.hét	Globális vállalatok a globális piacokon - esetpéldák

## **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD**

### **Értékelés**

Vagy féléves projektfeladat elkészítése a szorgalmi időszak végéig, vagy Impera-s vizsga a vizsgaidőszakban.

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

---

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

### **Kötelező 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 fejezetek, illetve a tanulási útmutatóban rögzített tananyagtartalmak

---

## AJÁNLOTT IRODALOM / RECOMMENDED MATERIAL

Giovanna Pegan, Donata Vianelli, Patrizia de Luca (2020) International Marketing Strategy. The Country of Origin Effect on Decision-Making in Practice, Springer

Papp-Váry, Á. F. (2021). Az influencer marketing növekvő szerepe a városmárkázásban-Inspiráló nemzetközi példák Kecskemét városának= The Increasing Role of Influencer Marketing in City Branding-Inspiring International Practices for the City of Kecskemét. *GRADUS*, 8(4), 58-66.