

Tárgytematika / Course Description

Nemzetközi és interkulturális marketing

KGLM_MMTM026

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Gombos Szandra

Félév / Semester: 2018/19/2

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 tantárgy elméleti ismereteket és gyakorlati feladatokat is egyaránt magában foglal. A hallgatók elsajátítják a vállalatok külföldi piacokon való megjelenésének lépéseit, módszereit, metódusát, ismereteiket különböző típusú piaci folyamatok tanulmányozása során bővítik. Gyakorlati feladataikat életszerűen kell megoldaniuk, olyan döntéseket meghozva, amelyeket szakmailag, szekunder és primer adatokkal is alá kell támasztaniuk.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1.hét	Bevezetés a nemzetközi marketing témakörébe
2.hét	Kultúra, kulturális környezete szerepe
3.hét	Nemzetközi üzleti etika, üzleti szokások
4.hét	A vállalatok környezete
5.hét	A fogyasztói magatartás szerepe a nemzetközi marketingben
6.hét	Nemzetközi marketing a szervezeti piacokon
7.hét	Nemzetközi piackutatás
8.hét	Külpiaci megjelenés-marketingstratégia
9.hét	Termékpolitika
10.hét	Promóciós politika
11.hét	Értékesítési csatornák a nemzetközi piacokon
12.hét	Árpolitika
13.hét	Zöldmarketing-globális perspektíva
14.hét	Reklámok jellegzetességei nemzetközi marketingben

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Beadandó feladatok 30 pont

Prezentáció 10 pont

Írásbeli vizsga 60 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez)

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Reketye Gábor, Tóth Tamás, Malota Erzsébet (2015): Nemzetközi marketing
ÍJ

Ajánlott irodalom

1. Svend Hollensen (2016): Global marketing, 7/e, Pearson.
 2. Mooij, Marieke de Thousand Oaks [etc] (2005): Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes
 3. Bradley, Frank (2005): International marketing strategy, Harlow [etc] : Prentice Hall.
-