

Tárgytematika / Course Description

Nemzetközi és interkulturális marketing

KGLM_MMTM026

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: Gombos Szandra

Félév / Semester: 2020/21/1

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 kurzus célja: A nemzetközi marketing alapelveinek megértése

A kurzus feladata: A kurzus elvégzését követően a hallgatók képesek legyenek a nemzetközi és interkulturális marketing modelljeinek megértésére, képesek legyenek a nemzetközi és interkulturális marketing alapvető modelljeit és motivációit értelmezni és ismertetni.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Modul	Témakörök
1.	Bevezetés a nemzetközi marketing témakörébe
2.	A kulturális környezet
3.	Nemzetközi üzleti etika, üzleti szokások
4.	A vállalatok környezete
5.	A fogyasztói magatartás szerepe
6.	Nemzetközi marketing a szervezeti piacon
7.	Nemzetközi piackutatás
8.	Külpiaci megjelenés, marketingstratégia
9.	Termékpolitika
10.	Promóciós politika
11.	Értékesítési csatornák a nemzetközi piacokon
12.	Árpolitika
13.	Összegzés

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

5. Félévközi hallgatói munka:

Esettanulmány készítése szabadon választott témában (a témát az oktatóval egyeztetni szükséges, a témák szakirodalmi alapja a félév anyaga és a MOODLE-ba feltöltött esettanulmány példák)

Az értékelés módja:

- Elméleti anyag: 60%
- Esettanulmány: 40%

Aláírás feltétele:

Az esettanulmány elkészítése

A félév során, illetve a vizsgán a ponthatárok a következőképpen alakulnak:

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

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

4. Irodalom:

Kötelező irodalom:

Rekettye Gábor – Malota Erzsébet – Tóth Tamás (2015): Nemzetközi marketing ÚJ (Letöltés ingyen pdf.epub.txt.mobi.fb2)

Ajánlott irodalom:

Mark C. Green, Simpson College-Warren J. Keegan, Pace University-Warren J. Keegan (2020): Global Marketing [RENTAL EDITION], 10th Edition, Pearson.
