

## Tárgytematika / Course Description

### Nemzetközi és interkulturális marketing

KGLM\_MMTM026

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** Gombos Szandra

**Félév / Semester:** 2020/21/2

**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 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:

- o Elméleti anyag: 60%
- o 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

---

## KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

### 4. Irodalom:

#### Kötelező irodalom:

Reketye 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.