

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing alapjai

KGLS\_MMTM078

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Ercsey Ida

Félév / Semester: 2019/20/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 18/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy oktatásának célja, hogy a hallgató mélyebb és rendezett ismereteket szerezzen a piacról, annak működéséről és a vállalatok piaci műveleteiről.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Témakörök:

A marketingmenedzsment alapjai.

A piaci szereplők magatartásának, meghatározó tényezőinek elemzése.

Információ és döntéshozatal a marketingben.

A marketingmix elemei: termékpolitika, árpolitika, értékesítéspolitikai, marketingkommunikációs mix. Integrált marketingmix.

---

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

A félév közben teljesítendő feladat: házi dolgozat készítése, 30 pont

az aláírás megszerzésének feltétele: a házi dolgozat határidőre történő leadása, és minimum 50 %-os pontszám elérése (min. 15 pont)

A félév lezárásának módja: vizsga

A vizsga formája és értékelési módja: írásbeli vizsga, 70 pont (minimum 35 pont kell az érvényes jegyhez).

---

### KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

#### Kötelező irodalom

Dr. Ercsey I. - Dr. Demóczy-Polyák A. – Dr. Huszka P. – Dr. Keller V.: Marketing (elektronikus jegyzet) 2018.

Józsa – Piskóti – Rekettye - Veres: Döntésorientált marketing, KJK KERSZÖV, Budapest, 2005.

## **Ajánlott irodalom**

Kotler, P.- Keller, K.L.: Marketingmenedzsment, Akadémiai Kiadó, 2012.

Huszka Péter: A modern marketingmenedzsment ismerettára, 2015. Universitas – Győr