

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing

**KGNB\_MMTM007**

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Józsa László

**Félév / Semester:** 2017/18/1

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 2/2/0

**Tárgy féléves óraszám /**

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

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A marketing alapvető elemeinek, összefüggéseinek, a 4P, a marketingkutatás, az STP alapjainak bemutatása. A piacorientált gondolkodás megértése és elfogadtatása.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét A marketing története és összefüggései
- 2.hét Az egyéni vásárlói magatartás
- 3.hét A szervezeti vásárlói magatartás
- 4.hét A piackutatás sajátosságai
- 5.hét A primer piackutatás
- 6.hét A piac szegmentálása, célpiacok kiválasztása, pozicionálás
- 7.hét 1. P: Termékfejlesztés, innováció, csomagolás
- 8.hét 1. P: a termék-életgörbe, márka, minőség
- 9.hét 2. P: az árpolitika
- 10.hét 3. P: Az értékesítés
- 11.hét 3. P: A kiskereskedelem és vendéglátás
- 12.hét 4. P: A reklám
- 13.hét 4. P: Az értékesítésösztönzés, és személyes eladás
- 14.hét 4. P : A propaganda és a PR

---

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

30% Zárthelyi dolgozat a szemináriumi esettanulmányok alapján, 70 % írásbeli tesztvizsga az elméleti

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Kötelező irodalom: Józsa L.- Piskóti I.- Rekettye G.- Veres Z.: Döntésorientált marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2005

Ajánlott irodalom: Bauer A.- Berács J.: Marketing, Aula, 2014