

Tárgytematika / Course Description**Nemzetközi marketing****KGNB_MMTM028****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** Gombos Szandra**Félév / Semester:** 2019/201**Beszámolási forma /****Assesment:** Vizsga**Tárgy heti óraszám /****Teaching hours(week):** 1/2/0**Tárgy féléves óraszám /****Teaching hours(sem.):** 0/0/0**OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE**

A globalizálódó világ változásai, a nemzetközi kapcsolatok fontossága felértékeli a külpiaci munkát, és szükségessé teszi a nemzetközi marketing elsajátítását. Nemzetközi környezetben a marketingfeladatok sokszor más formában jelentkeznek, mint a jól ismert hazai körülmények között. Ezért a tantárgy elméleti ismereteket és gyakorlati feladatokat is egyaránt magában foglal. A hallgatók elsajátítják a vállalatok külföldi piacon való megjelenésének lépéseit, módszereit, metódusát, ismereteiket különböző típusú piaci folyamatok tanulmányozása során bővítik.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét Fogalmak, koncepciók
- 2.hét A világgazdasági környezet
- 3.hét Földrajzi, politikai, jogi környezet
- 4.hét Kulturális környezet I.
- 5.hét Kulturális környezet II.
- 6.hét Nemzetközi üzleti gyakorlat, üzleti szokások
- 7.hét Fogyasztói magatartás
- 8.hét A külpiaci kilépés formái és módszerei
- 9.hét Nemzetközi piackutatás
- 10.hét Termékpolitika a nemzetközi marketingben
- 11.hét Árpolitika a nemzetközi marketingben
- 12.hét Nemzetközi értékesítési csatornák
- 13.hét Nemzetközi marketingkommunikáció
- 14.hét Globális vállalatok a globális piacokon - esetpéldák

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Az aláírás feltétele a szemináriumokon való részvétel (2 hiányzás a megengedett) és a féléves beadandó feladat elkészítése.

Féléves beadandó feladat: 40 % (Írásbeli feladat 20%, prezentáció 10%, félévközi prezentáció 2-szer 5%).

Vizsga: 60 %. Érdemjegy: 0-50% elégtelen, 51-65% elégséges, 66-80% közepes, 81-90% jó, 91-100% jeles.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom: Rekettye Gábor - Tóth Tamás - Malota Erzsébet (2015): Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó, Bp., Kijelölt fejezetek: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Ajánlott irodalom: Tóth Tamás (2008): Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest; David, Jobber (1998): Európai marketing, Műszaki könyvkiadó, Budapest; Eszes-Szabóné-Szántó-Veres(1999): Globális marketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest; Svend, Hollensen (2004): Global marketing, Prentice Hall.
