

## Tárgytematika / Course Description

### Nemzetközi marketing

KGNB\_MMTM028

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Keller Veronika

**Félév / Semester:** 2019/20/2

**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 30%, prezentáció 10%).

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.