

Tárgytematika / Course Description**Nemzetközi marketing****KGNB_MMTM028****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Keller Veronika**Félév / Semester:** 2022/23/1**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 féléves beadandó feladat elkészítése.

- Féléves beadandó feladat: 40% (minimum 50%-ot, azaz 20 pontot el kell érni).
- Írásbeli vizsga a tárgyalt témakörökhöz kapcsolódó fogalmakból: 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;

Svend, Hollensen (2004): Global marketing, Prentice Hall.