

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing Management

KGNM\_MMTA009

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Huszka Péter

**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 alapfogalmainak részletes bemutatása, az eltérő marketingtudású hallgatók tudásszintjének egységesítése.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét Marketing history and definitions
- 2.hét Individual buying behaviour
- 3.hét Organizational buyers
- 4.hét Marketing research
- 5.hét Primary marketing research
- 6.hét Segmentation, targeting and positioning
- 7.hét 1. P: Product development and Innovation
- 8.hét 1.P: PLC, branding, quality
- 9.hét 2.P: Price Policy
- 10.hét 3. P: Distribution Policy
- 11.hét 3.P: Retailing
- 12.hét 4.P: Advertisement
- 13.hét 4.P: Sales Promotion, Personal Selling
- 14.hét 4.P: Publicity and PR, Marketing Orgazations

---

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

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Kötelező irodalom: Józsa L.- Piskóti I.- Rekettye G.- Veres Z.: Decision-oriented Marketing, Akadémiai Kiadó, 2005

Ajánlott irodalom: Kotler, P.- Kellert, K.L.: Marketing Management, Pearson, 2006