

Tárgytematika / Course Description

Marketing Management

KGNM_MMTA009

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Józsa László

Félév / Semester: 2020/21/2

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 Organizations

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

Zárthelyi dolgozat az esettanulmányokon alapulva: 30%. Vizsgadolgozat: 70 %

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
