

Tárgytematika / Course Description

Marketing

LGB_SV004_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Józsa László

Félév / Semester: 2016/17/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 6/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

1. A tantárgy szerepe a szakképzés céljának megvalósításában:

A marketing szemléletének, szellemének elsajátíttatása a hallgatókkal. A marketing , valamint a modern üzleti marketing fogalomkörének, eszköztárának, technikáinak és üzleti szerepének megismertetése. Esetpéldák a marketing ismeretek elmélyítésére és gyakorlati alkalmazásuk a készségfejlesztés érdekében.

2. A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága:

A marketing eszköztár és kultúra az üzleti siker előfeltétele. A fogyasztói és piaci magatartások, erőviszonyok megismerése és alakítása, az üzleti kapcsolatok építése és gondozása, a márkaépítés, márkahűség, márkamenedzsment egy-egy fontos lépés a vállalkozások piaci pozícióinak alakításában, erősítésében. A tananyag korszerű, és folyamatosan frissített szakirodalmi háttérre épül, prezentációkkal és esetjátékokkal a nagy létszámú hallgatóság aktivizálására.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

Időszak

A feldolgozandó tananyag témája

1. hét

A marketing fogalma, fejlődése, története

2. hét

Az egyéni vásárlói magatartás

3. hét

A szervezetek vásárlói magatartása	4. hét
Marketing és piackutatás	5. hét
Piac-szegmentáció, Célpiac-választás, Pozicionálás	6. hét
Termékpolitika- márka, csomagolás, minőség, életgörbék	7. hét
Termékfejlesztés, design, a szolgáltatások	8. hét
Árpolitika, árképzés	9. hét
Marketingkommunikáció- A reklám	10. hét
Értékesítés-ösztönzés, Propaganda, PR	11. hét
A személyes eladás	12. hét
Az értékesítés folyamata és szereplői	13. hét
Kis- és nagykereskedelem	14. hét
Nemzetközi marketing	15. hét
Marketingszervezetek, etika a marketingben	

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

6. Félévközi hallgatói munka:

A féléves aláírás feltétele:a beadandó feladat elkészítése

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat 20 pont
Írásbeli vizsga 80 pont (min. 41 pont kell az érvényes jegyhez)

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

5. Irodalom:

Kötelező irodalom:

Józsa László: Marketing. Veszprémi Egyetemi Kiadó, Veszprém, 2000. Vagy
Józsa László: Marketing- reklám- piackutatás I-II, Göttinger 2001

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Kotler, P.: Marketingmanagement. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1999.
Porter, M.: Versenystratégia. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1993.
Gerken, G.: A 2000. év trendjei. Az üzleti világ az információs társadalomban. Akadémiai Kiadó, Bp. 1993.