

**Tárgytematika / Course Description****Marketing**

LGB\_SV004\_1

**Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Józsa László**Félév / Semester:** 2017/18/2**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:

<b>Időszak</b>	<b>A feldolgozandó tananyag témája</b>
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 / ASSESMENT'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.

---