

Tárgytematika

Marketing

LGB_SV008_1

Tárgyfelelős neve: dr. Józsa László

Félév: 2013/14/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA

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

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

Téma száma	A feldolgozandó tananyag témája
1. téma	A marketing alapja, fejlődése, fogalmak
2. téma	Marketing és piackutatás, Marketing Információs Rendszer
3. téma	Piac-szegmentáció, Célpiaç-választás, Pozicionálás
4. téma	Az egyéni vásárlói magatartás
5. téma	A szervezetek vásárlói magatartása
6. téma	Termékpolitika- márka, csomagolás, minőség, életgörbék
7. téma	Termékfejlesztés, design, a szolgáltatások
8. téma	Árpolitika, árképzés
9. téma	Marketingkommunikáció - A reklám
10. téma	Marketingkommunikáció - Értékesítés-ösztönzés, Személyes eladás, Propaganda, PR
11. téma	Az értékesítés folyamata és szereplői

12. téma	A piaci versenyhelyzet
13. téma	Nemzetközi marketing
14. téma	Marketingszervezetek, etika a marketingben

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladat elkészítése és időben történő leadása.

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat	35 pont
Írásbeli vizsga	65 pont (min. 33 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

Kötelező irodalom:

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

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.