

Tárgytematika / Course Description

Marketing

LGB_SV008_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.): 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A marketing szemléletének, szellemének elsajátíttatása a hallgatókkal. A marketing, valamint a modern üzleti marketing fogalomkörének, 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 / DESCRIPTION

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, Célpiaconválasztás, 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 / ASSESSMENT'S METHOD

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

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat
Írásbeli vizsga

35 pont
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	jéles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

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.