

Tárgytematika

Nemzetközi marketing

LGB_SV017_1

Tárgyfelelős neve: dr. Keller Veronika

Félév: 2011/12/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 15/0/0

OKTATÁS CÉLJA

1. A tantárgy szerepe a szakképzés céljának megvalósításában:

A globalizálódó világ változásai, Magyarország Európai Unió tagja felértékeli a külpiazi munkát, és

szükségessé teszi a nemzetközi marketingismeretek elsajátítását. A nemzetközi környezetben a marketingfeladatok sokszor más formában jelentkeznek, mint a jól ismert hazai körülmények között.

2. A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága:

A nemzetközi marketing szakirodalma jelentős, a megjelent publikációk és esettanulmányok lehetővé teszik a tématerület színvonalas oktatását.

TANTÁRGY TARTALMA

4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

1. hét A nemzetközi marketing jelentése, és jelentősége, koncepciói és jellege.
2. hét A külföldi piacokra lépés motivációi, akadályai.
3. hét Nemzetközi piackutatás.
4. hét A szervezet makrokörnyezete.
5. hét A szervezet mikrokörnyezete.
6. hét Nemzetközi piacszegmentáció és célpiacképzés.
7. hét Nemzetközi piacokra lépés formái.
8. hét Nemzetközi termékpolitikai stratégiák.
9. hét A nemzetközi termékpolitika kérdései
10. hét Nemzetközi promóciós politika.
11. hét Nemzetközi árpolitika.
12. hét Nemzetközi disztribúciós politika
13. hét Nemzetközi szervezeti keret

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele:

A beadandó feladat határidőre történő leadása.

Zárthelyi, vizsga

Esettanulmányok prezentálása 20 pont

Beadandó feladat 30 pont

Írásbeli vizsga 50 pont (min. 26 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:

Deli Zsuzsa: Nemzetközi marketing, Műegyetemi Kiadó, Budapest, 2005

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Reketye Gábor – Fojtik János: Nemzetközi marketing, Dialóg Campus Kiadó, Budapest – Pécs, 2003

Kotler, P.: Marketingmenedzsment. KJK - Kerszöv, Budapest, 2003.

Veres Z.: Globális marketing, Műszaki, 1999