

**Tárgytematika**  
**Nemzetközi marketing**  
**LGB\_SV017\_1**

**Tárgyfelelős neve:** dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

**Félév:** 2012/13/2

**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 tagsága felértékeli a külpiaci 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