

Tárgytematika
Nemzetközi marketing
LGB_SV017_1

Tárgyfelelős neve: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév: 2013/14/2

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, a nemzetközi kapcsolatok fontossága felértékeli a külpiaci munkát, és szükségessé teszi a nemzetközi marketing elsajátítását. Nemzetközi környezetben a marketingfeladatok sokszor más formában jelentkeznek, mint a jól ismert hazai körülmények között. Ezért a tantárgy elméleti ismereteket és gyakorlati feladatokat is egyaránt magában foglal. A hallgatók elsajátítják a vállalatok külföldi piacon való megjelenésének lépéseit, módszereit, metódusát, ismereteiket különböző típusú piaci folyamatok tanulmányozása során bővítik.

2. A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága:

A nemzetközi ismereteinek elsajátítását követően a hallgatók képesek lesznek arra, hogy nemzetközi kapcsolatokkal rendelkező vállalatoknál stratégiai döntéseket előkészítsenek, a döntéshozásban véleményt nyilvánítsanak és külföldi vállalati kapcsolatokat építsenek ki, gondozzanak.

TANTÁRGY TARTALMA

4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	A nemzetközi marketing jelentősége, koncepciói és jellege
2. hét	A külföldi piacokra lépés motivációi, akadályai
3. hét	Nemzetközi piackutatás
4. hét	A szervezet makrokörnyezete I.
5. hét	A szervezet makrokörnyezete II.
6. hét	A szervezet mikrokörnyezete
7. hét	Nemzetközi piacszegmentáció és célpiacképzés
8. hét	Nemzetközi piacokra lépés formái
9. hét	Nemzetközi termékpolitika
10. hét	Nemzetközi árpolitika

11. hét	Nemzetközi disztribúciós politika
12. hét	Nemzetközi promóciós politika
13. hét	Nemzetközi szervezeti keret
14. hét	Nemzetközi marketing egyéb aspektusai

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

6. Félévközi hallgatói munka:

COEDU feladatok

A féléves aláírás feltétele:

Zárthelyi, vizsga

COEDU (elektronikus vizsga)

Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 64 pont	elégséges
65 - 74 pont	közepes
75 - 84 pont	jó
85 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM

5. Irodalom:

Kötelező irodalom:

Deli Zsuzsa: Nemzetközi marketing, Műegyetemi Kiadó, Budapest, 2012

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Tóth Tamás (2008): Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest

David, Jobber (1998): Európai marketing, Műszaki könyvkiadó, Budapest.

Eszes-Szabóné-Szántó-Veres(1999): Globális marketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest.

Malota Erzsébet - Kasza-Kelemen Kata: Nemzetközi marketing a hazai gyakorlatban. Pearson Publishing, Harlow, Essex, 2011

Svend, Hollensen (2004): Global marketing, Prentice Hall.