

## Tárgytematika / Course Description

### Nemzetközi marketing

LGB\_SV017\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

**Félév / Semester:** 2015/16/2

**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

#### 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 / DESCRIPTION

#### 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 / ASSESSMENT'S METHOD

### 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 / OBLIGATORY MATERIAL**

**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.