

Tárgytematika / Course Description**Nemzetközi marketing**

LGB_SV017_1

Tárgyfelelős neve /**Teacher's name:** dr. Dernóczy-Polyák Adrienn**Félév / Semester:** 2017/18/2**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, gondoljanak.

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

Értékelés:

Az aláírás feltétele a szemináriumokon való részvétel (2 hiányzás a megengedett) és a féléves beadandó feladat elkészítése.

Féléves beadandó feladat: 40% (Írásbeli feladat 30%, prezentáció 10%)

Vizsga: 60%

Érdemjegy:

0-50%:	1
51-65%:	2
66-80%:	3
81-90%:	4
91-100%:	5

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

- Rekettye Gábor – Tóth Tamás – Malota Erzsébet (2015): Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Kijelölt fejezetek: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14