

Tárgytematika / Course Description**Nemzetközi marketing**

LGB_SV017_1

Tárgyfelelős neve /**Teacher's name:** dr. Dernóczy-Polyák Adrienn**Félév / Semester:** 2019/201**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