

Tárgytematika

Nemzetközi marketing

LGB_SV043_1

Tárgyfelelős neve: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév: 2014/15/1

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 0/0/0

Tárgy féléves óraszám: 9/0/0

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.