

Tárgytematika / Course Description

Nemzetközi marketing

LGB_SV043_1

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Dernóczy-Polyák Adrienn

Félév / Semester: 2020/21/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 9/0/0

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:

- 1) Fogalmak, koncepciók
- 2) A világgazdasági, földrajzi, politikai, jogi környezet
- 3) Kulturális környezet I.
- 4) Kulturális környezet II.
- 5) Nemzetközi üzleti gyakorlat, üzleti szokások
- 6) Fogyasztói magatartás
- 7) A külpiaci kilépés formái és módszerei
- 8) Nemzetközi piackutatás

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

- 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