

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing

LGS\_SV004\_1\_M

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Józsa László

Félév / Semester: 2022/23/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 6/0/0

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

## 1. A tantárgy szerepe a szakképzés céljának megvalósításában:

A marketing szemléletének, szellemének elsajátíttatása a hallgatókkal. A marketing , valamint a modern üzleti marketing fogalomkörének, eszköztárának, technikáinak és üzleti szerepének megismertetése. Esetpéldák a marketing ismeretek elmélyítésére és gyakorlati alkalmazásuk a készségfejlesztés érdekében.

## 2. A tantárgy témájának szakmai háttere, indokoltsága:

A marketing eszköztár és kultúra az üzleti siker előfeltétele. A fogyasztói és piaci magatartások, erőviszonyok megismerése és alakítása, az üzleti kapcsolatok építése és gondozása, a márkaépítés, márkahűség, márkamenedzsment egy-egy fontos lépés a vállalkozások piaci pozícióinak alakításában, erősítésében. A tananyag korszerű, és folyamatosan frissített szakirodalmi háttérre épül, prezentációkkal és esetjátékokkal a nagy létszámú hallgatóság aktivizálására.

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

## 4. A tananyag tartalma oktatási hétre bontva:

<b>Időszak</b>	<b>A feldolgozandó tananyag témája</b>
1. hét	A marketing fogalma, fejlődése, története
2. hét	Az egyéni vásárlói magatartás
3. hét	A szervezetek vásárlói magatartása
4. hét	Marketing és piackutatás
5. hét	Piac-szegmentáció, Célpiac-választás, Pozicionálás
6. hét	Termékpolitika- márka, csomagolás, minőség, életgörbék
7. hét	Termékfejlesztés, design, a szolgáltatások
8. hét	Árpolitika, árképzés
9. hét	Marketingkommunikáció- A reklám
10. hét	Értékesítés-ösztönzés, Propaganda, PR
11. hét	A személyes eladás
12. hét	Az értékesítés folyamata és szereplői
13. hét	Kis- és nagykereskedelem
14. hét	Nemzetközi marketing
15. hét	Marketingszervezetek, etika a marketingben

## **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD**

# **A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladat elkészítése**

# Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat	20 pont
Írásbeli vizsga	80 pont (min. 41 pont kell az érvényes jegyhez)

## Az értékelés módja

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

---

### KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

## Kötelező irodalom:

Józsa László: Marketing. Veszprémi Egyetemi Kiadó, Veszprém, 2000. Vagy

Józsa László: Marketing- reklám- piackutatás I-II, Göttinger 2001

## Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

Kotler, P.: Marketingmanagement. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1999.

Porter, M.: Versenystratégia. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1993.

Gerken, G.: A 2000. év trendjei. Az üzleti világ az információs társadalomban. Akadémiai Kiadó, Bp. 1993.