

Tárgytematika

Marketing

NGB_SV004_1

Tárgyfelelős neve: dr. Huszka Péter

Félév: 2012/13/2

Beszámolási forma: Vizsga

Tárgy heti óraszám: 2/0/0

Tárgy féléves óraszám: 0/0/0

OKTATÁS CÉLJA

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

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 pozíciójának alakításában, erősítésében. A tananyag korszerű, és folyamatosan frissített szakirodalmi háttérre épül, prezentációkkal és esetjátékokkal a nagy létszámú hallgatóság aktivizálására.

TANTÁRGY TARTALMA

Időszak	A feldolgozandó tananyag témája
1. hét	A marketing alapja, fejlődése, fogalmak
2. hét	Marketing és piackutatás, Marketing Információs Rendszer
3. hét	Piac-szegmentáció, Célpiac-választás, Pozicionálás
4. hét	Az egyéni vásárlói magatartás
5. hét	A szervezetek vásárlói magatartása
6. hét	Termékpolitika- márka, csomagolás, minőség, életgörbék
7. hét	Termékfejlesztés, design, a szolgáltatások – félévközi zárthelyi dolgozat
8. hét	Árpolitika, árképzés
9. hét	Marketingkommunikáció - A reklám

10. hét	Marketingkommunikáció - Értékesítés-ösztönzés, Személyes eladás, Propaganda, PR
11. hét	Az értékesítés folyamata és szereplői
12. hét	A piaci versenyhelyzet
13. hét	Nemzetközi marketing
14. hét	Marketingszervezetek, etika a marketingben

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladat elkészítése és a meghatározott időre való leadása, félévközi zárthelyi dolgozat megírása.

Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat	30 pont
Félévközi zárthelyi dolgozat	10 pont
Írásbeli vizsga	60 pont (min. 31 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

Kötelező irodalom:

Józsa László: Marketing- reklám- piackutatás I-II, Göttinger 2001, vagy
 Józsa László: Marketing. Veszprémi Egyetemi Kiadó, Veszprém, 2000.

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.