

## Tárgytematika

### Marketing

NGB\_SV004\_1

Tárgyfelelős neve: dr. Huszka Péter

Félév: 2013/14/2

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 fogalomkörének, 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 pozícióinak 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, Célpiacon-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.