

**Tárgytematika / Course Description****Marketing****NGB\_SV004\_1****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Huszka Péter**Félév / Semester:** 2014/15/2**Beszámolási forma /****Assesment:** Vizsga**Tárgy heti óraszám /****Teaching hours(week):** 2/0/0**Tárgy féléves óraszám /****Teaching hours(sem.):** 0/0/0**OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE**

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, márkáépítés, 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**

<b>Időszak</b>	<b>A feldolgozandó tananyag témája</b>
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- márká, csomagolás, minőség, életgörbék
7. hét	Termékfejlesztés, design, a szolgáltatások – félévközi zárthelyi dolgozat
8. hét	Árpolitika, árképzés
9. hét	Az értékesítés folyamata és szereplői

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

## SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: a beadandó feladat elkészítése és a meghatározott időre való leadása.

### Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat	30 pont (min. 15 pont kell az érvényes jegyhez)
Írásbeli vizsga	70 pont (min. 35 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- 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.