

Tárgytematika / Course Description**Marketing****NGB_SV004_1****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Huszka Péter**Félév / Semester:** 2015/16/1**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, 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

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	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:

Huszka Péter: A marketing alapösszefüggései, Universitas-Győr, 2015

Kotler, P.: Marketingmanagement. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2013 (kijelölt fejezetei)

Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:

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

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

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