

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing

NGB\_SV004\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Huszka Péter

**Félév / Semester:** 2018/19/1

**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

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: Termék-és márkapolitika, csomagolás, minőség, életgörbék
  7. hét: Árpolitika, árképzés
  8. hét: Termékfejlesztés, minőség és csomagolás alapvetései
  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: 2. félévközi zárthelyi dolgozat (elektronikus), Nemzetközi marketing

14. hét: Marketingszervezetek, etika a marketingben,

---

## **SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'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, 2013.

---