

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing

NGB\_SV008\_1

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Józsa László

**Félév / Semester:** 2016/17/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 2/2/0

**Tárgy féléves óraszám /**

**Teaching hours(sem.):** 0/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A tantárgy célja az alapvető marketing ismeretek átadása.

---

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

A félév során a következő témakörök kerülnek kifejtésre:

1. A marketing fogalma és fejlődése
2. Piac jellemzői, célpiac meghatározása
3. A marketing információs adatbank
4. Piackutatás
5. A beszerzés
6. A fogyasztói magatartás
7. A termék fogalma és életciklusa
8. Termékfejlesztés, a termékek márkázása, szolgáltatások
9. Az árpolitika
10. Értékesítési politika
11. Kommunikációs politika I.
12. Kommunikációs politika II.
13. A vállalati stratégiák. A piaci versenyszemlélet alapjai.
14. A marketing jogi vonatkozásai

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

- Aláírás feltétele: rendszeres és aktív részvétel az órákon, megengedett hiányzás mértéke kettő alkalom; és a zárthelyi dolgozat és a beadandó dolgozat minimum 50 %-os pontszámának elérése.
- Félévközi zárthelyi dolgozat: max. 10 pont (minimum 5 pont-ot kell teljesíteni az aláíráshoz)
- Beadandó dolgozat egy adott témakör kapcsán: max. 25 pont (minimum 15 pont-ot kell teljesíteni az aláíráshoz)

- Órai prezentáció: max. 5 pont
- Írásbeli vizsga: 60 pont (a vizsgán legalább 30 pont-ot el kell érni az érvényes jegyhez)

#### Értékelés

0	-	50	Elégtelen
51	-	65	Elégséges
66	-	80	Közepes
81	-	90	Jó
91	-	100	jeles

---

### **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Józsa, L. [2001]: Marketing, reklám, piackutatás I.-II., Göttinger Kiadó