

## Tárgytematika

### Marketing

N\_SV04

**Tárgyfelelős neve:** dr. Józsa László

**Félév:** 2013/14/1

**Beszámolási forma:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám:** 2/2/0

**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.

---

### TANTÁRGY TARTALMA

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

#### Zárthelyi, vizsga

Beadandó feladat	30 pont
Félévközi zárthelyi dolgozat	20 pont
Írásbeli vizsga	50 pont (min. 26 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. Veszprémi Egyetemi Kiadó, Veszprém, 2000. Vagy  
Józsa László: Marketing- reklám- piackutatás I-II, Göttinger 2001

**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.