

Tantárgy neve	Marketing
Tantárgy kódja	FDB2210
Meghirdetés féléve	4
Kreditpont	3
Összóraszám (elm.+gyak.)	2+0
Számonkérés módja	kollokvium
Előfeltétel (tantárgyi kód)	-
Tantárgyfelelős neve	Dr. Szakál Zoltán
Tantárgyfelelős beosztása	főiskolai adjunktus
Tantárgyfelelős tanszék kódja	FD

1. A tantárgy általános célja és specifikus célkitűzései: A marketing feladatok megismerése.

2. A tantárgy tartalma:

1. Bevezetés a marketingbe
2. A szükséglet kialakítás
3. A fogyasztói magatartás
4. Piacszegmentáció
5. Termékpolitika és választékpolitikai döntések
6. Termékpolitika és választékpolitikai döntések
7. Ár és eladási kondíciók
8. Elosztáspolitiká
9. Értékesítési formák
10. Piachbefolyásolás I
11. Piachbefolyásolás II
12. A marketing mix
13. A marketing információs rendszer
14. A marketingkutatás
15. Marketingtervezés

3. Évközi ellenőrzés módja: -

4. A tárgy előírt külső szakmai gyakorlatai: -

5. A kötelező, ill. ajánlott irodalom: -

- Bauer A. - Berács J. (1998): Marketing. Budapest: Aula Kiadó. 620 p.
Fülöp Gy. (2001): A globális vállalati stratégiák. Budapest: Aula Kiadó. 176 p.
Hofmeister-Tóth Á. (2003): Fogyasztói magatartás. Budapest: Aula Kiadó. 340 p.
Hoffmann I. (2004): Stratégiai marketing. Budapest: Aula Kiadó. 484 p.
Kiss M. (2004): Marketing példatár. Budapest: Aula Kiadó.
Szabó D. T. (2000): Médiatervezés a reklámban. Budapest: Aula Kiadó.
Töröcsik M - Varsányi J. (1998): Termékstratégia emocionális és racionális megközelítésben.
Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.

6. A tantárgy tárgyi szükségletei és ellátása: -