

MARKETING ALAPJAI

C. TÁRGYBÓL

A II. ÉVES EGÉSZSÉGÜGYI SZERVEZŐ HALLGATÓK SZÁMÁRA

Okt. hét	Naptári hét	ELŐADÁS TÉMÁJA
1.	09.09.	A modern marketing szemlélet, alapfogalmak, MIR
2.	09.16.	A marketingkutatás folyamata és módszerei
3.	09.23.	Piaci külső környezet elemzése
4.	09.30.	Fogyasztói magatartás alapjai
5.	10.07.	Szervezeti piac és a beszerzési magatartás
6.	10.14.	Versenyárselemzés
7.	10.21.	A saját vállalkozás teljesítményének értékelése
8.	10.28.	Piacszegmentálás
9.	11.04.	Pozicionálás
10.	11.11.	Termék, termékfejlesztés
11.	11.18.	Árazás alapjai
12.	11.25.	Disztribúciós mix
13.	12.02.	Promóciós mix
14.	12.09.	ELŐVIZSGA

Kötelező irodalom:

Józsa-Piskóti-Rekettye-Veres: Döntésorientált marketing KJK-Kerszöv 2005

A félévi vizsga írásbeli vizsga. A félév során a tesztfeladatok eredménye 50%-ban beszámít a féléves jegybe.

Miskolc, 2010. augusztus 30.

Dr. Nagy Szabolcs
tanszékvezető, egyetemi docens