



TEMATIKA ÉS SZAKIRODALOM a MESTERI felvételi vizsgához 2023

Tanulmányi program: **DIGITÁLIS MARKETING (magyar nyelven)**

Szakterület: **MARKETING**

Felvételi módja:

- **Interjú a felvételi tematika alapján**

IRÁNYADÓ TEMATIKA ÉS SZAKIRODALOM

1. A marketing definíciója a XXI. században

- 1.1. A marketing jelentősége
- 1.2. A marketing részterületei
- 1.3. A marketing alapvető fogalmai
- 1.4. A marketing új körülményei
- 1.5. A vállalat piaci orientációja
- 1.6. A 4P aktualizálása
- 1.7. Marketingmenedzsment-feladatok

Szakirodalom: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **1. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 10-40 oldal.

2. A termékstratégia meghatározása

- 2.1. Termékjellemzők és termékek csoportosítása
- 2.2. Termékek és szolgáltatások differenciálása
- 2.3. Dizájn
- 2.4. Találkozás a termékkel és márkákkal
- 2.5. Csomagolás, címkézés, jótállás és garancia

Szakirodalom: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* **12. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 375-403 oldal.

3. Szolgáltatások tervezése és menedzselés

- 3.1. A szolgáltatások sajátosságai
- 3.2. Új fejlemények a szolgáltatások terén
- 3.3. Kiválóság a szolgáltatásmarketingben
- 3.4. A szolgáltatás minőségének menedzselése
- 3.5. A termékekhez kapcsolódó szolgáltatások menedzselése

Szakirodalom: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **13. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 408-435 oldal.

4. Integrált marketingcsatornák tervezése és irányítása

- 4.1. Marketingcsatornák és értékháló
- 4.2. A marketingcsatornák szerepe
- 4.3. Csatornatervezési döntések
- 4.4. Csatornairányítási döntések
- 4.5. Csatornaintegráció és -rendszerek
- 4.6. Konfliktus, együttműködés és verseny
- 4.7. Az e-kereskedelem piaci gyakorlata
- 4.8. Az m-kereskedelem marketinggyakorlata

Szakirodalom: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **15. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 478-510 oldal.

5. Integrált marketingkommunikáció tervezése és irányítása

5.1. A marketingkommunikáció szerepe

5.2. Hatékony kommunikáció kidolgozása

5.3. Döntés a kommunikációs mix összetételéről

5.4. Az integrált marketingkommunikációs folyamat irányítása

Szakirodalom: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – 17. fejezet, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 694-730 oldal.

Kötelező szakirodalom:

1. KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012. – a könyv elérhető az egyetemi könyvtárban illetve elektronikusan a mersz adatbázisban

Ajánlott szakirodalom:

1. AD AGE – Advertising and marketing technology news, <https://adage.com/>
2. BAUER A., BERÁCS J., KENESEI Zs., *Marketing alapismeretek*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014.
3. DIGIDAY – Digital Content, Digital Advertising, Digital Marketing, <https://digiday.com/>
4. HOFFMAISTER TOTH Á., *A Fogyasztói magatartás alapjai*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014.
5. TÖRŐCSIK M., *Fogyasztói Magatartás Trendek: új fogyasztói csoportok*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006.

dr. RÁCZ Béla-Gergely, adjunktus
Intézetigazgató