

## TANTÁRGYI LEÍRÁS

A tantárgy neve magyar nyelven:	Interkulturális menedzsment és marketing
A tantárgy neve angol nyelven:	Intercultural Management and Marketing
A tantárgy kreditértéke:	6
A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja:	ML-INMEMA-06-KG
A tantárgy besorolása:	kötelező
Az oktatás nyelve (ha az nem magyar):	magyar
A tantárgy gondozásáért felelős szervezeti egység:	Marketing Intézet
A tanóra típusa és óraszám:	Előadás + gyakorlat, heti óraszám: 0+0, féléves óraszám: 10+10
Munkarend (nappali / levelező):	Levelező
A tantárgy meghirdetésének féléve:	2022/2023 1. félév
Előtanulmányi feltételek:	-

### A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A tantárgy célkitűzése a különböző kultúrák közti eltérések alapjainak megértése, valamint annak a készségnek a fejlesztése, hogy a hallgatók értelmezni tudják a felmerülő problémákat és kihívásokat, melyek a kulturális különbségek nemzetközi vállalati stratégiákban betöltött szerepéből következnek. A kurzus során a hallgatók betekintést kapnak a globalizáció és a nemzetközi vállalatmenedzsment kapcsolatrendszerébe, megismerik azok összeüggéseit, a nemzetközi menedzsment fő céljait, funkcióit. A kurzus során elméleti alapokon nyugvó gyakorlati tudást sajátítanak el, melynek birtokában kiválóan helyt tudnak majd állni olyan professzionális környezetben, ahol szükség van a termékek és szolgáltatások nemzetközi piaci értékesítésére / bevezetésére, nemzetközi kooperációra, illetve annak során interkulturális kommunikációra, nemzetközi tárgyalási technikák alkalmazására, illetve az üzleti kapcsolatok során felmerülő konfliktusok kezelésére.

### A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A tárgy foglalkozik a nemzetközi, illetve globális környezeti hatásokkal, kiemelten a szervezeti, üzleti és fogyasztói kulturális dimenziókkal, feldolgozza a transznacionális vállalatok jellemzőit, összefoglalja a nemzetközi menedzsment fő jellemzőit, céljait, a nemzetközi marketing alapvető elemeit. A tantárgy részletesen bemutatja a különböző kultúrák közti eltérések alapjait, annak mérését illetve hatását a szervezeti kultúrára, a döntéshozatalra és vállalatmenedzsmentre, a fogyasztói kommunikációra, illetve a marketingkampányokra. A kurzus során a hallgatók elsajátítják azt a gyakorlati tudást, melynek birtokában professzionális módon tudnak majd helytállni olyan nemzetközi környezetben, amelyben szükség van termékek és szolgáltatások nemzetközi piaci bevezetésére / értékesítésére, illetve nemzetközi teammunkára, döntéshozatalra.

### A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

- (1) előadások és gyakorlatok látogatása
- (2) előadásokon és gyakorlatokon való aktív részvétel
- (3) beadandók készítése
- (4) prezentáció készítése
- (5) teszt írása

### A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

A tárgy írásbeli kollokviummal zárul, az értékelés ötfokozatú. Kiváló = 90%-, Jó= 80%-, Közepes =70%-, Elégséges=60%-, Elégtelen=59% alatti teljesítmény esetén. A kollokvium coospace felületen elérhető online teszt lesz, a vizsgaidőszakban (50 pont). A kollokvimura bocsátás feltétele az elégséges gyakorlati pontszám (min. 26) összegyűjtése a lehetséges 50 pontból. A gyakorlati pontok elemei: (1) prezentáció / videó a marketing és menedzsment

egy kiválasztott globális kihívásáról (25 pont). (2) Csapatban végzett projektmunka/ összefoglaló elemzés, amely egy hazai termék vagy szolgáltatás nemzetközi piacra történő bevezetéséről, illetve egy globális vállalt potenciális interkulturális kihívásairól és azok megoldási javaslatairól szól (25 pont).

Megajánlott jegy adható: Nem.

#### **KÖTELEZŐ IRODALOM:**

- *Nemzetközi menedzsment [elektronikus dokumentum]*. Akadémiai kiadó, 2021 (Szerk: Blahó-Czakó-Dr. Poór  
Kiadó: Akadémiai Kiadó  
Kiadás éve: 2021, Második, bővített kiadás  
Online megjelenés éve: 2021  
ISBN: 978 963 454 652 8

DOI: 10.1556/9789634546528)

- Rekettye Gábor: *Nemzetközi marketing*. Akad. K., 2015
- John Baylis - Patricia Owens - Steve Smith: *Világpolitika és globalizáció*, Antall József Tudásközpont Al., 2021, [https://www.libri.hu/konyv/vilagpolitika-es-globalizacio.html?gclid=CjwKCAjw092IBhAwEiwAxR1IRnZA1odG-ECKzSDIRDqbPBXk6ZhfCDSTkb1pEFCMWOqwFH76VCkDwhoCHwUQAuD\\_BwE](https://www.libri.hu/konyv/vilagpolitika-es-globalizacio.html?gclid=CjwKCAjw092IBhAwEiwAxR1IRnZA1odG-ECKzSDIRDqbPBXk6ZhfCDSTkb1pEFCMWOqwFH76VCkDwhoCHwUQAuD_BwE)

#### **AJÁNLOTT IRODALOM:**

- *Marketing nemzetközi szintén : esettanulmányok a hazai és külföldi piacokról*. Alinea, 2015
- Malota Erzsébet: *Kultúrák találkozása : nemzetközi kommunikáció, kultúrások, sztereotípiák*. Alinea, 2013
- Mooij, Marieke K. de.: *Global marketing and advertising : understanding cultural paradoxes*. SAGE Publications, Inc., cop. 2014