**Marketing és PR II.**

Témakörök:

1. Marketing kommunikáció folyamata, eszközei
2. Marketing mix
3. Reklám
4. Public Relations
5. Online marketing eszközök
6. Marketing kommunikációs terv
7. Elégedettség-mérés folyamata

Teljesítés feltételei:

Részvétel az órákon

marketing kommunikációs terv elkészítése

Elégedettség-mérési terv elkészítése

Kötelező irodalom:

Kotler, Philip (2012): Marketing management. Bp., Akadémia Könyvkiadó, ISBN 978-963-05-9251-2

Szabó József (2015): Kulturális marketing. Debrecen, Prokt Kiadó, ISBN 9786158031301

Szabó József (2015): Kulturális marketing szöveggyűjtemény. Debrecen, Prokt Kiadó, ISBN 978-615-80313-1-8

Ajánlott irodalom:

[Levinson](https://www.libri.hu/szerzok/jay_c_levinson.html), Jay C. (2008): A gerillamarketing - Az üzleti siker kézikönyve. Bp., Haszon Lapkiadó, ISBN 9632190882

Malota Erzsébet (2015): Marketing nemzetközi színtéren - Esettanulmányok hazai és külföldi piacokról. Bp., Alinea kiadó, ISBN 9786155303883

Nyárádi Péterné – Szeles Péter (2011): Public relations. Bp., Perfekt Kiadó, ISBN 9789633948064

*Dr. Herczegh Judit*

*adjunktus*