

Kiss Mariann  
**Alapmarketing**

**IMPRESSZUM**

Sorozatszerkesztő  
Veres Zoltán

Írta  
Kiss Mariann

ISBN 978 963 059 5704

Kiadja az Akadémiai Kiadó,  
az 1795-ben alapított  
Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja  
1117 Budapest, Prielle Kornélia u. 21–35.

© Kiss Mariann, 2014  
© Csordás Levente, 2014  
© Akadémiai Kiadó, 2016

A kiadásért felelős az Akadémiai Kiadó Zrt. igazgatója

Minden jog fenntartva, beleértve a sokszorosítás,  
a nyilvános előadás, a rádió- és televízióadás,  
valamint a fordítás jogát, az egyes fejezeteket illetően is.

## TARTALOMJEGYZÉK

Impresszum

Előszó

A szerzőről

I. Marketing alapfogalmak

II. A fogyasztói piac jellemzői

III. A szervezeti piac jellemzői

IV. Piacszegmentálás

V. A marketingstratégia

VI. Termékpolitika

VII. Árpolitika

VIII. Értékesítéspolitika

IX. Reklámpolitika

Ábrák forrásjegyzéke

Irodalom

## **Előszó**

A kötet célja, hogy bemutassa, milyen információk, módszerek, illetve stratégiák alkalmazása előzi meg az egyes piaci döntéseket.

A marketingmenedzsment korszerű eljárásait és módszereit önállóan is elsajátíthatja a könyv és a példatár segítségével.

Az anyag felépítése:

- Alapmarketing: elmélet (információk)
- Alapmarketing példatár: gyakorló feladatok

Az elméleti kötet szövegében megjelöltük azokat a részeket, ahol az elmélet jobb megértését gyakorló feladatok segítik.

! Kérjük, oldja meg a 2. gyakorló feladatot a példatárban!

A felkiáltójel hívja fel a figyelmet a gyakorlás szükségességére, a bekarikázott szám mutatja, hogy a példatárban melyik feladatot oldja meg.

A gyakorló feladatok megoldását a példatár végén találja meg.

Kinek ajánljuk a könyvet?

A könyv egyaránt használható

- önálló munkára;
- távoktatásra;
- oktatási intézményben való feldolgozásra.

Sikerélményeket és jó eredményeket kívánunk!

*a Szerző*

## A szerzőről

Kiss Mariann az Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Karának egyetemi docense.

Korábbi tudományos-kutatói tevékenysége az infrastruktúra, illetve az európai periféria tanulmányozására koncentrált. Jelenlegi kutatási területe az adatbázis-marketing és az e-kereskedelem. 2003-ban az MTA Marketingtudományi Bizottsága Kürthy-díjjal tüntette ki.

## Köszönetnyilvánítás

Ez a könyv – mint a legtöbb marketingtevékenység – csapatmunka eredménye: sokan, különféle módon, olykor a Föld legtávolabbi pontjairól segítettek a létrehozásában. Egyesek a tapasztalataikat mondták el, más illusztrációt rajzolt, volt, aki az adatgyűjtésben segített, reklámfotót küldött, feladatmegoldást ellenőrzött. Együttes munkánk, vitáink és összenevetéseink nélkül nem készült volna el ez a könyv.

## Köszönöm nekik:

Ambrusztér Géza (Gemius), Antal Alexa (WWF Hungary), Claudia Kirchmair (Serviceplan, Berlin, Germany), Csordás Levente, Doleschall Szandra (CaféNext), E. Mester Magdolna (Országos Széchényi Könyvtár), Heal Edina (Google Magyarország), Kaszás György (UpGrade Communications), Kelemenné Erdős Anikó (Óbudai Egyetem), Kemény György, Komáromi Erika (ReachMedia), Komendó Beatrix (MyAd), Máté Balázs (Flashbackphoto), Núria Barniol (Garagosa Studio, Barcelona, Spain), Olt Boglárka (Generali Biztosító), Oravec Gergely (Corvinus Könyvtár), Rodolfo Gomez (Kausa Centralcreativa, Asuncion, Paraguay), Sas István (Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola), Stadler Andi, Szamarsz Daphne, Szász László (hat), Szauer Péter (hvg), Szénay Márta (Medián), Szyksznian Wanda, Tomcsányi Dóri, Töllősi Ildikó (Suzuki Hungary), Török Tünde (Akadémiai Kiadó), Ürögdi András (Pagony Kiadó), Vécsi Márton (Pipacsfilm), Vekkel László (HPS Experience), Veres Zoltán (Akadémiai Kiadó, Pannon Egyetem), Wadih Anton (Espiral DP, Guayaquil, Ecuador).