

## Tárgytematika / Course Description

### B2B marketing

KGLB\_MMTM003

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Huszka Péter

**Félév / Semester:** 2023/24/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

**Teaching hours(sem.):** 12/0/0

### OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A Business to business marketing oktatásával a piactípusok és piaci résztvevők olyan speciális területének áttekintésére kerül sor, amelyek a vállalati marketingmunka sikerében fontos szerepet játszanak. A szervezeti piacok sajátosságainak megismerésével a szervezetek beszerzési döntéseinek tárgyalásával a tárgy célja az, hogy az elmélet és a gyakorlat megmutatásával és esettanulmányokon keresztüli begyakoroltatásával felkészítse a hallgatókat a későbbi együttműködésre a vállalkozások egyéb funkcionális területeivel, például a projektmarketing és a termelémenedzsment.

### TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét Alapfogalmak. A piac résztvevői, piactípusok a vevő személye szerint.
- 3.hét A szervezeti piac szereplői, sajátosságai. A beszerzési helyzet típusai
- 5.hét A beszerzési központ és a beszerzési szerepkörök. Beszerzési folyamat a B2B piacon. Elégedettség és lojalitás a B2B piacon
- 7.hét Nyersanyagok és beruházási javak vásárlása, értékteremtés a vállalatban - a transzformációs tevékenység
- 9.hét A szervezeti piacok vevői a vásárolt termék felhasználása szerint
- 11.hét A beszerzés legfontosbb alapelvei: A minőség, a megfelelő mennyiség és az ár
- 13.hét A marketingkommunikációs eszközök, a testbeszéd szerepe a B2B piacon

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: A kiadott feladat (szakirodalmi adatfeldolgozás, vagy beadandó feladat - ha ezek meghatározásra kerültek) határidőre történő benyújtása.

A beadandó feladatoknál - ha ezek meghatározásra kerültek - a mesterséges intelligencia használata automatikusan az aláírás megtagadását vonja maga után!

Az első előadáson a vizsgával kapcsolatban további információkat is ismertethetek.

Értékelés a számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

---

### **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

Kötelező irodalom:

1. A Szelearningben levő 7 db lecke (kb. 80 oldal)
2. Huszka Péter: *Értékteremtés a vállalatban I.*, Széchenyi István Egyetem, Győr, 2012

---

### **AJÁNLOTT IRODALOM / RECOMMENDED MATERIAL**

1. Piskóti István: *Businessmarketing-menedzsment - Üzleti döntések, kapcsolatok marketingtámogatása*. Akadémiai Kiadó, 2014 (kijelölt fejezetei)
2. Józsa L.- Piskóti I.- Rekettye G.- Veres Z.: *Döntésorientált marketing – Decision-oriented Marketing (107-121)*. KJK–Kerszöv, 2005
3. Szakály Z. (szerk.): *Élelmiszer-marketing (kijelölt fejezete)*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017