

Tárgytematika / Course Description

Marketingmenedzsment

KGLM_MMTM009

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2018/19/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 18/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

A marketing fogalomrendszerének, tartalmának összefoglaló áttekintése, s ezen keresztül a tanulmányokhoz szükséges egységes szakmai alaptudás kialakítása. A hallgatók a félév folyamán megismerkednek a marketing komplex eszközrendszerével, azok alkalmazásának lehetőségeivel és korlátaival.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

- 1.hét A marketing alapfogalmai, fogalomrendszere és koncepciója
- 2.hét A marketing terepe, a fogyasztói magatartás, a globalizálódó világ
- 3.hét A marketingkutató és információs rendszer, a marketingkutató új lehetőségei és eszközei
- 4.hét A termékpolitika eszközei, termékfejlesztés, tervezés és kifejlesztés, a termék-életgörbék
- 5.hét Új termék piaci megjelenésének problémái, az innováció
- 6.hét Szervezeti piacok
- 7.hét Piacszegmentálás, a pozicionálás alapjai
- 8.hét Az árpolitika alapjai, az árak differenciálása
- 9.hét A marketingkommunikációs eszközök szerepe
- 10.hét Az értékesítési csatorna szerepe és eszközei
- 11.hét "Az élelmiszer-gazdasági marketing helye a marketing rendszerében „One health” és a „From farm-to-table” koncepció "
- 12.hét Ökomarketing
- 13.hét A (mezőgazdasági) és a táplálkozásmarketing alapjai
- 14.hét Jog és etika megjelenése a marketingben

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A vizsga letételéhez nincsenek előfeltételek, de fontos az előadások látogatása!

Írásbeli vagy szóbeli vizsga

91-100% jeles

81-90% jó

65-80% közepes

51-64% elégséges

0-50% elégtelen

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Huszka Péter: A marketing alapösszefüggései. UNIVERSITAS–GYŐR Nonprofit Kft. Győr, 2015

Kotler, P., Keller K., L.: Marketingmenedzsment (kijelölt fejezetei). Akadémiai Kiadó, Budapest, 2013

Ajánlott irodalom:

Szakály Z (szerk):Élelmiszer-marketing (kijelölt fejezetei). Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017

Józsa L.- Piskóti I.- Rekettye G.- Veres Z.: Döntésorientált marketing – Decision-oriented Marketing, KJK – Kerszöv, 2005

Marketing és Menedzsment folyóiratban megjelent cikkek
