

## Tárgytematika / Course Description

### B2B marketing

KGNB\_MMTM003

**Tárgyfelelős neve /**

**Teacher's name:** dr. Huszka Péter

**Félév / Semester:** 2019/20/2

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 1/2/0

**Tárgy féléves óraszám /**

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

### 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 termelismenedzsment.

### 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 illetve szerepjátékban való részvétel) határidőre történő benyújtása, és bemutatása, a ZH -k minimum 50%-os teljesítése, részvétel a szemináriumokon (maximum 2 hiányzás).

**Beadandó feladat, vizsga:**

Beadandó feladat és prezentáció: maximum 20 pont

ZH-k eredménye: maximum 20 pont

Írásbeli vizsga maximum 60 pont (min. 31 pont kell az érvényes jegyhez)

Az értékelés módja:

A fenti feladatokra, számonkérésre adott pontszám alapján:

0 - 50 pont elégtelen

51 - 65 pont elégséges

66 - 80 pont közepes

81 - 90 pont jó

91 - 100 pont jeles

Vagy

Beadandó feladat és prezentáció maximum 20 pont

ZH-k eredménye maximum 20 pont

Szóbeli vizsga maximum 60 pont

---

## **KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL**

### **Kötelező irodalom:**

Piskóti István: Businessmarketing-menedzsment - Üzleti döntések, kapcsolatok marketingtámogatása, Akadémiai Kiadó, 2014

### **Ajánlott irodalom:**

Huszka Péter: Értékteremtés a vállalatban I., Széchenyi István Egyetem, Győr, 2012

Józsa L.- Piskóti I.- Rekettye G.- Veres Z.: Döntésorientált marketing – Decision-oriented Marketing (107-121 p.), KJK – Kerszöv, 2005

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