

Tárgytematika / Course Description

B2B marketing

KGNB_MMTM003

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2023/24/2

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 keresztül begyakoroltatásával felkészítse a hallgatókat a későbbi együttműködésre a vállalkozások egyéb funkcionális területeivel, például a projektmarketing és a termelémenedzsment.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1-2. hét: Alapfogalmak. A piac résztvevői, piactípusok a vevő személye szerint.

3-4. hét: A szervezeti piac szereplői, sajátosságai. A beszerzési helyzet típusai.

5-6. hét: A beszerzési központ és a beszerzési szerepkörök. Beszerzési folyamat a B2B piacon. Elégedettség és lojalitás a B2B piacon.

7-8. hét: Nyersanyagok és beruházási javak vásárlása, értékteremtés a vállalatban - a transzformációs tevékenység.

9-10. hét: A szervezeti piacok vevői a vásárolt termék felhasználása szerint. A termelés, a logisztika és az értékteremtés kapcsolata.

11-12. hét: A beszerzés legfontosabb alapelvei: a minőség, a megfelelő mennyiség és az ár. Versenyképesség, verseny a fogyasztóért.

13-14. hét: A marketingkommunikációs eszközök, a testbeszéd szerepe a B2B piacon, az üzleti etika kérdésköre.

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: A kiadott feladat (szakirodalmi adatfeldolgozás, vagy beadandó feladat, illetve szerepjátékban való részvétel - ha ezek meghatározásra kerültek a gyakorlaton) határidőre történő benyújtása, és bemutatása, a ZH-k minimum 50%-os teljesítése (ZH-k anyaga: lásd az irodalomnál), részvétel a szemináriumokon (maximum 2 hiányzás).

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

Értékelés:– (ha ez meghatározásra került)

ZH-k eredménye: maximum 20 pont – (ha nem volt beadandó feladat, akkor 40 pont)

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

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

Beadandó feladat és prezentáció: maximum 20 pont

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

1. A SzE-learningben levő 7 db lecke - (1. ZH anyaga, kb. 80 oldal)
2. Huszka Péter: Értékteremtés a vállalatban I., Széchenyi István Egyetem, Győr, 2012 - (2. ZH anyaga)

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