

Tárgytematika / Course Description

Marketingmenedzsment

KGNM_MMTM009

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2022/23/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/2/0

Tárgy féléves óraszám /

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

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 marketingkutatás és információs rendszer, a marketingkutatás 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 féléves aláírás feltétele: A kiadott feladat (szakirodalmi adatfeldolgozás, vagy beadandó feladat) határidőre történő benyújtása, a ZH -k minimum 50%-os teljesítése, részvétel a szemináriumokon (maximum 2 hiányzás).

Az előadásokon való részvétel nem feltétele az aláírásnak, de beleszámít az összpontszámba.

Az előadásokon való részvétel pontozása: minimum 11 alkalom: 10 pont, 10 alkalom: 8 pont, 9 alkalom: 6 pont, 8 alkalom: 4 pont, 7 alkalom: 2 pont, alatta 0 pont

Az év végi jegy kialakításának összetevői:

1. Beadandó feladat és prezentáció: maximum 15 pont

2. ZH-k eredménye: maximum 15 pont

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

4. Az elméleti órákon való részvétel maximum 10 pont

Értékelés a fenti feladatokra, számonkérésre adott összpontszám alapján:

0 - 50 pont

elégtelen

51 - 66 pont	elégséges
67 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

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

Huszka Péter: A fogyasztói magatartás és marketing lehetőségei a XXI. században – Fókuszban a termék és a márka. UNIVERSITAS–GYŐR Nonprofit Kft. Győr, 2022

Ajánlott irodalom:

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

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

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

Marketing és Menedzsment folyóiratban megjelent cikkek