

Tárgytematika / Course Description Marketingmenedzsment

KGNM_MMTM009

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2023/24/2

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 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 féléves aláírás feltétele: A kiadott feladat (szakirodalmi adatfeldolgozás, vagy beadandó feladat - ha ezek meghatározásra kerültek) határidőre történő benyújtása, a ZH -k minimum 50%-os teljesítése, részvétel a szemináriumokon (maximum 3 hiányzás).

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

Az előadásokon való részvétel nem feltétele az aláírásnak, de beleszámít az összpontszámba. Az előadásokon való részvétel pontozása: minimum 9 alkalom: 10 pont, 8 alkalom: 8 pont, 7 alkalom: 6 pont, 6 alkalom: 4 pont, 5 alkalom: 2 pont, alatta 0 pont

Az évvégi jegy kialakításának összetevői:

1. Beadandó feladat és prezentáció: maximum 10 pont – (ha ez meghatározásra került)
2. ZH-k eredménye: maximum 20 pont – (ha nem volt beadandó feladat, akkor 30 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 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

Huszka P.: A marketing alapösszefüggései. Universitas–Győr Nonprofit Kft., Győr, 2015

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

AJÁNLOTT IRODALOM / RECOMMENDED MATERIAL

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

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

Marketing és Menedzsment folyóiratban megjelent cikkek