

Tárgytematika / Course Description

Marketing mérnököknek

KGNM_MMTM055

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Huszka Péter

Félév / Semester: 2022/23/2

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/0/0

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 1.
- 11.hét Az értékesítési csatorna szerepe és eszközei 2.
- 12.hét Az élelmiszer-gazdasági marketing helye a marketing rendszerében, a táplálkozásmarketing alapjai
- 13.hét Jog és etika megjelenése a marketingben, Zárthelyi dolgozat
- 14.hét Összefoglalás, a ZH értékelése

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

A féléves aláírás feltétele: A kiadott feladat (szakirodalmi adatfeldolgozás, vagy beadandó feladat) határidőre történő benyújtása, a ZH minimum 50%-os teljesítése

Értékelés:

Beadandó feladat és prezentáció: maximum 10 pont

ZH eredménye: maximum 30 pont

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

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:

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