

Tárgytematika / Course Description

Állattenyésztési termékmarketing

MANABAMB822**Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Németh-Torkos Anett Szilvia**Félév / Semester:** 2019/20/2**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 a piacon megjelenő vállalatok gazdasági környezethez való alkalmazkodásának és fenntartható piaci létének, fejlődésének a kialakításában és gyakorlati megvalósításában játszik kiemelkedő szerepet. Egyaránt igaz ez az agrárvállalkozásokra is, melyeknek azzal a nehézséggel kell szembe nézniük, hogy az iparral ellentétben nem csak a különböző divatirányzatok és trendek vannak hatással az eredményességükre, hanem kitéttek az időjárás szélsőségeinek, illetve élő „anyaggal” dolgoznak, annak minden szépségével és nehézségével együtt.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. Követelményrendszer és tematika ismertetése, feladatok kiadása
2. Marketing alapfogalmak, piaci mechanizmusok
3. Piacszegmentáció
4. Termékfejlesztés, innováció, PLC kiemelve a mezőgazdaság és az élelmiszeripar specialitásait
5. Vásárlói- fogyasztói magatartás fókuszálva az élelmiszerekre
6. Árpolitika és árstratégiák, szerződéses értékesítés a mezőgazdaságban és az élelmiszeriparban
7. Marketingkommunikáció
8. Kiállítás- és vásármárketing szerepe a mezőgazdasági és élelmiszeripari termék értékesítése során
9. Szektormarketing, marketingszervezetek a mezőgazdaságban és az élelmiszer-előállításban
10. Marketinglogisztika az élelmiszergazdaságban
11. A marketingstratégia tervezési folyamat és eszközei a mezőgazdaságban és az élelmiszeriparban
12. Számonkérés: Zárthelyi dolgozat
13. Javítási lehetőség, Zárthelyi dolgozat pótlása
14. Vizsgakonzultáció, tételek kiadása

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Az aláírás feltétele az előadásokon és gyakorlatokon való részvétel és a zárthelyi dolgozat legalább elégségesre (2) történő megírása. A hallgatói jelenlét minden alkalommal ellenőrzésre kerül, és az a hallgató, aki az órák 50%-nál többről hiányzott nem kap aláírást. A gyakorlatokon minden alkalommal a hallgatóknak egyénileg vagy csoportosan el kell végezni az aktuálisan kiadott feladatot. Az aktuális tantárgyi követelményrendszer az első előadáson kerül ismertetésre. A félévi jegy kialakítása során a szóbeli vizsga eredménye mellett, a zárt helyi dolgozat és az órákon való aktív részvétel is beszámításra kerül.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom:

1. Kotler – Keller (2006): Marketingmenedzsment Akadémiai Kiadó Kft Budapest
2. Józsa L. (2014): Marketingstratégia a tervezés gyakorlata és elmélete Akadémiai Kiadó Budapest
3. Az előadások anyaga

Ajánlott irodalom:

1. Naresh K. M – Simon J. közreműködésével (2009): Marketingkutató Akadémiai Kiadó, Budapest.