

Tárgytematika / Course Description

Élelmiszer-marketing és piackutatás

MELM_AVTM002

Tárgyfelelős neve /

Teacher's name: dr. Németh-Torkos Anett Szilvia

Félév / Semester: 2019/20/1

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 12/0/0

OKTATÁS CÉLJA / AIM OF THE COURSE

Az élelmiszer előállítás folyamata a tudomány fejlődésének következtében komoly változásokon ment és megy keresztül, amit a fogyasztók felé kommunikálni is kell. A változás kapcsán ki kell kérni a potenciális fogyasztók véleményét, illetve adott esetben megfelelő érvrendszer mentén formálni is kell azt, annak érdekében, hogy sikeres legyen a bevezetni kívánt termék.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

1. Követelményrendszer és tematika ismertetése, Feladat meghatározása
2. Bevezetés az élelmiszermarketingbe, piaci alapfogalmak
3. Fogyasztói magatartás
4. Termékinnováció, termékfejlesztés
5. Stratégiai tervezés és konkurencia analízis
6. Brand marketing
7. Kiállítás- és vásármarketing
8. A piackutatás folyamata
9. A piackutatási probléma konkrét meghatározása és megközelítésének kidolgozása, Piackutatási terv készítése
10. Feltáró kutatási módszerek, Leíró kutatási módszerek, Ok-okozati kutatás
11. A fogyasztói elvárásokat befolyásoló tényezők az élelmiszer-iparban
12. Az elkészített piackutatási feladat vázlatos bemutatása és elővéleményezése
13. Az elkészített piackutatási feladat prezentálása
14. Félév végi számonkérés (Zh), és a féléves munka értékelése

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Az aláírás feltétele a konzultációkon való részvétel és a zárthelyi dolgozat, valamint a piackutatási feladat legalább elégséges szintű teljesítése. A folyamatos számonkérés eleme a félév során több fázisban elvégzett komplex piackutatási feladat eredményeiből elkészített írásbeli beszámoló és az ez alapján elkészített, és előre meghatározott időpontban bemutatott prezentáció, a tanórai aktivitás, valamint a zárthelyi dolgozat eredményének összessége. Az aktuális követelményrendszer és a megengedett hiányzások az első előadáson kerülnek ismertetésre.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Kötelező irodalom

1. Naresh K. M – Simon J. (2009): Marketingkutató Akadémiai Kiadó, Budapest.
2. Szakály Z. (2011): Táplálkozásmarketing Mezőgazda Kiadó, Budapest.

Ajánlott irodalom

Veres – Hoffman - Kozák (2006): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest.
