

**Tárgytematika / Course Description****Élelmiszer-marketing és piackutatás****MELM\_AVTM002****Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** dr. Németh-Torkos Anett Szilvia**Félév / Semester:** 2021/22/1**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.

---