

Tárgytematika / Course Description

Élelmiszer-marketing és piackutatás

MENM_AVTM002

Tárgyfelelős neve /

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

Félév / Semester: 2018/19/1

Beszámolási forma /

Assesment: Folyamatos számonkérés

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 2/1/0

Tárgy féléves óraszám /

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

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

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESSMENT'S METHOD

Az aláírás feltétele az előadásokon, gyakorlatokon, levelező tagozat esetében 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.