

Tárgytematika / Course Description

Agrármarketing II

MENM_AVTM030**Tárgyfelelős neve /****Teacher's name:** Miklósné dr. Varga Anita**Félév / Semester:** 2025/26/2**Beszámolási forma /****Assesment:** Vizsga**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 Agrármarketing II. tantárgy a korábbi marketing ismereteket kiegészítve tárgyalja a marketing alapfogalmakat azt további témakörökkel - pl. az értékről szóló – kiegészítve. A napjainkban gyorsan változó környezet és változó fogyasztói magatartás, illetve a marketing eszközrendszer kerül bemutatásra az új elméleteken és gyakorlaton keresztül.

TANTÁRGY TARTALMA / DESCRIPTION

Témakör név: Meghatározások, stratégiai döntések

Témakör leírása: A hallgató a témakör elsajátításával megismeri a marketingkonceptiókat és azok változását. Megismeri az értékvezérelt marketing lényegét, a marketing eszközrendszerét és folyamatát, valamint az abban résztvevő szereplőket.

Témakör kulcsszavai: marketingkonceptió, észlelt érték, vevőérték, marketing stratégiai döntések, vevőélmény, értékszintek

Témakör név: A környezet és a vevők megismerése, megértése

Témakör leírása: A téma elsajátítása után a hallgató megérti a vevők által észlelt érték fogalmát, megismeri az észlelt értéket befolyásoló tényezőket, képet kap az érték lehetséges összetevőiről.

Témakör kulcsszavai: piaci környezet, fogyasztói magatartás, vásárlói magatartás, kapcsolati marketing

Témakör név: A marketing-eszközrendszer döntési tzerületei

Témakör leírása: A hallgató az ismeretanyag elsajátítását követően átlátja a vállalati célokat, a stratégiai döntések rendszerét, megismeri a marketingstratégiai döntések területei, tisztában lesz az egyes döntések egymásra gyakorolt hatásával, az egyes területeken meghozható döntések legfontosabb jellemzőivel, rendszerben képes gondolkodni stratégiai problémák felmerülése esetén.

Témakör kulcsszavai: termékpolitika, márkadöntések, árpolitika, disztribúciós stratégia

Tevékenység típusok

Kontakt előadás

Mérték: 28 tanóra (hour)

Leírás: Előadás.

Kötelező: Nem
Becsült Idő: 28 óra

Kontakt gyakorlat

Mérték: 14 tanóra (hour)
Leírás: Gyakorlat.
Kötelező: Nem
Becsült Idő: 14 óra

Otthoni gyakorlás

Mérték: 12 db (PCS)
Leírás: Vizsga készülés.
Kötelező: Nem
Becsült Idő: 12 óra

SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE / ASSESMENT'S METHOD

Számonkérési forma:

Vizsga (Exam)

Kötelező otthoni/projekt/online feladatok

Mérték: 10 db (PCS)
Leírás: Beadandó feladat.
Kötelező: Nem
Becsült Idő: 10 óra

Kötelező szóbeli beszámolók

Mérték: 1 db (PCS)
Leírás: PPT
Kötelező: Nem
Becsült Idő: 2 óra

Vizsga szóbeli része

Mérték: 1 db (PCS)
Leírás: Szóbeli vizsga az előadások témakörei alapján.
Kötelező: Nem
Becsült Idő: 6 óra

Kötelező félévközi zárthelyik (számítógép által kiértékelt)

Mérték: 1 db (PCS)
Leírás: Zárthelyi dolgozat.
Kötelező: Nem
Becsült Idő: 12 óra

Aláírás kialakításának módja:

Beadandó feladat írásbeli és szóbeli részének teljesítése határidőre. Zh megírása. Az aktuális tantárgyi követelmények és a maximálisan megengedhető hiányzás az első előadáson kerül ismertetésre.

Érdemjegy kialakításának módja:

Érdemjegy kialakítása a szóbeli vizsga alapján. Eredményes (4-es vagy 5-ös) zárthelyi dolgozatot író hallgatók megajánlott jegyet szerezhettek.

KÖTELEZŐ IRODALOM / OBLIGATORY MATERIAL

Reketttye Gábor, Töröcsik Mária, Hetesi Erzsébet: Bevezetés a marketingbe (2022), Akadémiai Kiadó ISBN: 9789634547761 <https://mersz.hu/reketttye-torocsik-hetesi-bevezetes-a-marketingbe/>

AJÁNLOTT IRODALOM / RECOMMENDED MATERIAL

B
a
u
e
r
A
.
-
B
e
j
r
á
n
c
l
s
c
J
t
t
i
i
M
r
a
c
r
d
k
a
e
l
t
c
i
n
g
(
M
e
r
s
z
)