

Tárgytematika / Course Description

Marketing

MGLABAMG114

Tárgyfelelős neve /

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

Félév / Semester: 2018/19/1

Beszámolási forma /

Assesment: Vizsga

Tárgy heti óraszám /

Teaching hours(week): 0/0/0

Tárgy féléves óraszám /

Teaching hours(sem.): 9/0/0

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 kitettek 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. Ökológiai előállítású termékek és funkcionális élelmiszerek marketingje
13. Számonkérés: zárthelyi dolgozat
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 tárgyfelelős a félév során témákat jelöl ki a hallgatók részére egyéni feldolgozás céljából, és minden hallgatónak egy témakört fel kell dolgoznia. A tantárgyi követelményrendszer és a maximálisan megengedhető hiányzás az első előadáson kerül ismertetésre, azon hallgató, aki az órák 50%-án nem vesz részt automatikusan nem kap aláírást. 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. Kárpáti L. – Lehota J. (szerk.)(2010): Agrármarketing Szaktudás Kiadóház Rt.
3. Józsa L. (2014): Marketingstratégia a tervezés gyakorlata és elmélete Akadémiai Kiadó Budapest
4. Az előadások anyaga

Ajánlott irodalom:

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