

## Tárgytematika / Course Description

### Marketing

**MKLABAML852**

**Tárgyfelelős neve /**

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

**Félév / Semester:** 2016/17/1

**Beszámolási forma /**

**Assesment:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám /**

**Teaching hours(week):** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám /**

**Teaching hours(sem.):** 14/0/0

---

### 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 szeszélyeinek, 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 tárgyi követelményrendszer és a maximálisan megengedhető hiányzás az első előadáson kerül ismertetésre. 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.