

Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar  
Kaposvár, Guba Sándor u. 40.

## **TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER**

**Tantárgy neve:** *Beszerzési marketing*

**Tantárgy kódja(i):**

**Képzési szint:** *FOSZK/alapképzés/mesterképzés*

**Szak(ok) neve(i):** *Kereskedelem és marketing*

**Tagozat:** *nappali/levelező*

**Óraszám (ea/gy):** *14 ea*

**Értékelési forma:** *kollokvium/gyakorlat*

**Tantárgyfelelős oktató:** *Dr. Szenté Viktória*

**Előadás- és gyakorlatvezető oktatók:** *Pintér Attila*

**Tantárgyat gondozó tanszék neve:** *Marketing és Kereskedelem Tanszék*

**Tanszékvezető neve, beosztása:** *Dr. Szigeti Orsolya, egyetemi docens*

**A tematika és követelményrendszer érvényessége:** *2015/2016. tanév 2. félév*

### **A tantárgy céljai:**

A tárgy oktatásának célja, hogy a hallgatók felismerjék a beszerzési piacok fontosságát, a beszerzési funkció piaci versenyben betöltött szerepét, és elsajátítsák a beszerzési menedzsment szervezéséhez szükséges alapvető ismereteket. A tantárgy keretében esettanulmányok készítésére, szituációs gyakorlatokra is sor kerül. A tárgy így egyszerre ismeretbővítő és a vállalati funkciót bemutató gyakoroltató jellegű.

### **Követelmények és az értékelés módja:**

Félév végén 1 zárthelyi dolgozat legalább elégségesre való megírása, egy pótlási/javítási lehetőséggel. A félév elején ismertetett feladatok közül mindenki választ egyesével egyet-egyet, amiről előadást (utolsó órán prezentál) és egy 5 oldalas beadandót készít. A félév végén a zárthelyi dolgozatok és a prezentáció alapján megajánlott jegy adható 3-as érdemjegytől.

**A tantárgy témakörei:**

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA
1.	előadás	A beszerzés célrendszere, területei Beszállítói hálózatok – beszállítói portfólió elemzése Beszállítói kapcsolatok, stratégiák Szervezeti keretek Modern irányzatok a beszerzésben A beszállítói piacok elemzése – piackutatás, mutatók
2.	előadás	Ipari termékek piaca, marketingje Vásárlói magatartás az ipari termékek piacán Marketing Információs Rendszer Marketingstratégia döntések Marketingmix-döntések I. Marketingmix-döntések II., Marketingellenőrzés
3.	előadás	Hallgatói prezentációk Zárthelyi dolgozat megírása

**Szakirodalom**

*Kötelező irodalom*

Előadások anyaga

*Ajánlott irodalom*

Töröcsik M.: Ipari marketing. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 1996, 5-238. ISBN: 9631869202  
Vörösmarty Gyöngyi, Tátrai Tünde – Beszerzés, Stratégia, folyamatok, információ; CompLex Kiadó, Bp., 2010,

Kaposvár, 2016. január 14.

**Oktató aláírása**

**Tanszékvezető aláírása**