

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

## ***TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER***

***Tantárgy neve: Marketingstratégia***

***Tantárgy kódja(i): 3BMAR2STR00000-2***

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

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

***Tagozat: nappali/levelező***

***Óraszám (ea/gy): 20***

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

***Tantárgyfelelős oktató: Dr. Szigeti Orsolya, egyetemi docens***

***Előadás- és gyakorlatvezető oktatók: Pintér Attila, egyetemi tanársegéd***

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

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

***A tematika és követelményrendszer érvényessége: 2015/2016 tanév 1. félév***

### ***A tantárgy céljai:***

A MARKETINGSTRATÉGIA c. tantárgy oktatásának célja a Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök (BSc) szak Marketing szakirány keretében olyan piacorientált marketingstratégiai alapelvek, eszközök és módszerek átadása, amelyek ismerete birtokában a végzett hallgatók képesek lesznek

- a stratégiakészítéshez kapcsolódó rendszerelméleti leírások összeállítására, illetve
- vállalati szintű - és részstratégiák készítésére, megvalósítására, ellenőrzésére.

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

Kollokviumi vizsgára az a hallgató bocsátható, aki a félév folyamán elkészítette és bemutatta egy szabadon választott vállalkozás stratégiai szemléletű elemzését. Az előadás tartalmazza a következő részeket: a vállalkozás bemutatása, a makro- és mikrokörnyezet elemzése, versenytárs analízis, a vállalkozás fő célcsoportjának elemzése földrajzi, demográfiai és pszichográfiai jellemzők szerint, pozicionálási stratégia bemutatása, marketingeszközök jellemzése – termék-, ár-, elosztás- és kommunikációs stratégia, SWOT analízis. Fejlesztési javaslatok. Írásbeli kollokvium az értékelés módja.

**A tantárgy témakörei:**

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA	SZEMINÁRIUM TÉMA
1.	<u>előadás</u> szeminárium	Stratégiai tervezés és marketing A külső és belső környezet elemzése A versenyhelyzet elemzése	
2.	<u>előadás</u> szeminárium	A fogyasztói igények megismerésének módszertana Piacszegmentáció Célcsoport kiválasztás, pozicionálás.	
3.	<u>előadás</u> szeminárium	Vállalati szintű stratégiák Részstratégiák: Termék-, ár-, elosztás- és kommunikációpolitika Megvalósítás és ellenőrzés	
4.	<u>előadás</u> szeminárium	Hallgatói prezentációk	

**Szakirodalom**

*Kötelező irodalom*

AZ ELŐADÁSOK ANYAGA.

*Ajánlott irodalom*

JÓZSA L.: *Marketingstratégia*. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft, Budapest, 2003.  
HOFFMANN I-NÉ: *Stratégiai marketing*. Aula Kiadó, Budapest, 2000.  
KOTLER, P.: *Marketing menedzsment*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1998

Kaposvár, 2015. augusztus 25.



Oktató aláírása



Tanszékvezető aláírása