

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):** Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök

**Tagozat:** nappali/levelező

**Óraszám (ea/gy):** 2/2

**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.	előadás szeminárium	<b>Stratégiai tervezés és marketing</b> A stratégiai gondolkodás. Természetes és mesterséges rendszerek. A rendszer működése, struktúrája. A tervezés módszertana.	A stratégiakészítés folyamata. Marketing a stratégiában, stratégia a marketingben.
2.	előadás szeminárium	<b>A külső környezet elemzése</b> A környezeti elemzés előnyei és folyamata. A külső környezet fő elemei. A társadalmi, technológiai és természeti környezet fő elemei. A gazdasági, politikai és jogi környezet.	A STEEP-tényezők minősítésének és előrejelzésének módszerei.
3.	előadás szeminárium	<b>A versenyhelyzet elemzése</b> A versenykörnyezet elemei: piaci méret és növekedési ütem, piaci struktúra és piaci részesedés, alkupozíció és költségek. Stratégiai csoportok a versenyhelyzet elemzése során.	A versenytársak azonosításának módszerei, lépéseik előrejelzése. Versenytársfigyelő rendszerek.
4.	előadás szeminárium	<b>A belső környezet elemzése</b> A vállalkozások erőforrásai, képességei. A belső marketing környezet elemzés területei, módszerei: GYELV-elemzés, portfólió elemzések.	Portfólió elemzések.
5.	előadás szeminárium	<b>A fogyasztói igények megismerésének módszertana</b> Megoldási változatok keresése: fókuszcsoportos elemzések, észlelési térkép, előny-haszon elemzés.	Szükségleteket és igényt feltáró módszerek: fogyasztói elégedettség vizsgálat, vevői panaszok kezelése..
6.	előadás szeminárium	<b>Piacszegmentáció</b> A piacszegmentáció célja és folyamata. A piacszegmentáció ismérvei. A szegmentsképzés folyamata.	A piaci szegmensek elemzése.
7.	előadás szeminárium	<b>Célcsoport kiválasztás, pozicionálás</b> A piaci szegmensek értékelése, kiválasztása. A potenciális versenyelőnyök meghatározása.	A legjobb versenyelőny kiválasztása.
8.	előadás szeminárium	<b>Vállalati szintű stratégiák</b> A piaci cél típusú stratégiák. Földrajzi alapú piaci stratégiák. A piaci belépés időzítésén alapuló stratégiák. A piaci elkötelezettség alapú stratégiák.	A piacleépítési stratégiák. Piaci verseny alapú stratégiák.
9.	előadás szeminárium	<b>Részstratégiák: Termékpolitika</b> A termékfejlesztés folyamata. Az új termékötletek létrehozása és értékelése. Minőség-funkció lebontása. Az új termékek sikere és bukása.	A termék életciklus szerepe a stratégiában. Márkastratégiák.
10.	előadás szeminárium	<b>Részstratégiák: Árpolitika</b> Az árstratégia alapelemei: az árak kialakítását befolyásoló tényezők, az árakat meghatározó tényezők. Jellegzetes árstratégiák. A tapasztalati görbe.	A játékelmélet és a döntési fa árstratégiai alkalmazása. Az offenzív árazás alapelvei

11.	előadás szeminárium	<b>Részstratégiák: Értékesítéspolitiká</b> Az értékesítéspolitiká céljai és struktúrája. Intenzitás jellegű értékesítési stratégiák. Vertikális marketing rendszerek. Az értékesítési rendszer értékelése.	Logisztikai menedzsment, üzlet elhelyezési modellek.
13.	előadás szeminárium	<b>Részstratégiák: Kommunikációs politika</b> A piacbefolyásolás céljai és költségstratégiái. A piacbefolyásolás elemeinek jelentősége.	A kommunikációs mix stratégiái. Kapcsolatrendszerek.
14.	előadás szeminárium	<b>A marketingstratégia megvalósítása és ellenőrzése</b> A stratégia megvalósításának elemei. A stratégia megvalósításának emberi tényezői. A marketingirányítás és – ellenőrzés.	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