

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

## **TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER**

**Tantárgy neve:** *Kereskedelmi marketing*

**Tantárgy kódja(i):** *3BMAR1KEM*

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

**Szak(ok) neve(i):** *Kereskedelem és Marketing szak*

**Tagozat:** *nappali/levelező*

**Óraszám (ea/gy):** *1+2*

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

**Tantárgyfelelős oktató:** *Dr. Szente Viktória*

**Előadás- és gyakorlatvezető oktatók:** *Dr. Böröndi-Fülöp Nikoletta, Bardóczky Veronika*

**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 félév során a hallgatók megismerhetik a marketing (kereskedelmi vagy disztribúciós) csatornák sajátosságait és szereplőit. Bemutatásra kerülnek fő döntési területeik, konfliktushelyzeteik. A megszerzett – elsősorban gyakorlati jellegű – ismeretek birtokában jobban tervezhetővé válik a 4P elemi közül az elosztási stratégia, amely mind a termelő mind a szolgáltató vállalatok döntéseit segíti.*

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

*A hallgatók csoportban az óra elején megkapják a teljesítendő feladatot. A félévben tanult elméleti anyag segítségével kidolgozzák az adott termék értékesítési stratégiáját a megadott szempontrendszer alapján. Eredményeiket számítógépen a Microsoft Power Point program segítségével rögzítik, majd szóban be is mutatják. A feladat 49%-ban határozza meg a félévi érdemjegyet, további 2%-ban az órákon való aktivitás és 49%-an a zárthelyi dolgozat eredménye befolyásolja.*

**A tantárgy témakörei:**

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA	SZEMINÁRIUM TÉMA
1.	előadás szeminárium	Alapfogalmak	Alapok a gyakorlatban
2.	előadás szeminárium	Csatornatervezés	Vendégelőadó
3.	előadás szeminárium	Csatornairányítási döntések	Libri esettanulmány
4.	előadás szeminárium	Csatornadinamika: vertikális, horizontális és többcsatornás rendszerek. Franchise a gyakorlatban.	Fornetti esettanulmány
5.	előadás szeminárium	Csatorna-együttműködés, konfliktus és verseny. Csatornkapcsolatok jogi és etikai kérdései.	Shell esettanulmány
6.	előadás szeminárium	Értékesítési rendszer funkciói: Üzletkötés, logisztika és vevőszolgálat.	Bánffi szikvíz esettanulmány
7.	előadás szeminárium	Kiskereskedelem formái.	Auchan esettanulmány
8.	előadás szeminárium	Őszi szünet	Őszi szünet
9.	előadás szeminárium	Kiskereskedelmi marketingdöntések: termékválaszték, ár, promóció és elhelyezkedés.	Energiaitalok esettanulmány
10.	előadás szeminárium	Átalakuló kiskereskedelem: új irányzatok és funkciók.	Tesco esettanulmány
11.	előadás szeminárium	Hatékonyágnövelő eszközök a kiskereskedelemben.	Douglas esettanulmány
12.	előadás szeminárium	Nagykereskedelem és marketingdöntései.	Vendégelőadó
13.	előadás szeminárium	Félév összefoglalása, felmerülő kérdések megvitatása	Zárthelyi dolgozat
14.	előadás szeminárium	Hallgatói beszámolók	Hallgatói beszámolók

**Szakirodalom**

*Kötelező irodalom*

ELŐADÁSOK ANYAGA  
KIADOTT TANANYAGOK

*Ajánlott irodalom*

1. Kotler, P.: Marketing menedzsment. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2002.
2. Törőcsik M.: Kereskedelmi marketing. KJK, Budapest, 1998.
3. Agárdi I.: Kereskedelmi marketing és menedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2010.

Kaposvár, 2015. augusztus 18.

*Béresdi-Filip M. Zoltán*  
Oktató aláírása

*Pécs György*  
Tanszékvezető aláírása