

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): 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	.Stratégiai tervezés és marketing 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	A külső környezet elemzése 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	A versenyhelyzet elemzése 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	A belső környezet elemzése A vállalkozások erőforrásai, képességei. A belső marketing környezet elemzés területei, módszerei: GYELV-elemzés, portfólió elemzések.	Portfólió elemzések.
5.	előadás szeminárium	A fogyasztói igények megismerésének módszertana Megoldási változatok keresése: fókuszcsoportos elemzések, észlelési térkép, előny-haszon elemzés.	Szükségleteket és igényt feltáró módszerek: fogyasztói elégedettség vizsgálat, vevői panaszok kezelése..
6.	előadás szeminárium	Piacszegmentáció A piacszegmentáció célja és folyamata. A piacszegmentáció ismérvei. A szegmensképzés folyamata.	A piaci szegmensek elemzése.
7.	előadás szeminárium	Célcsoport kiválasztás, pozicionálás A piaci szegmensek értékelése, kiválasztása. A potenciális versenyelönyök meghatározása.	A legjobb versenyelőny kiválasztása.
8.	előadás szeminárium	Vállalati szintű stratégiák 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	Részstratégiák: Termékpolitika 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	Részstratégiák: Árpolitika 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	Részstratégiák: Értékesítéspolitiká Az értékesítéspolitiká céljai és struktúrája. Intenzitás jellegű értékesítési stratégiák. Vertikális marketing rendszerek. Az értékesítési rendszer értékelése.	Logisztikai menedzsment, üzlet elhelyezési modellek.
13.	előadás szeminárium	Részstratégiák: Kommunikációs politika A piacbefolyásolás céljai és költségstratégiái. A piacbefolyásolás elemeinek jelentősége.	A kommunikációs mix stratégiái. Kapcsolatrendszerek.
14.	előadás szeminárium	A marketingstratégia megvalósítása és ellenőrzése 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