

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

## **TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER**

**Tantárgy neve:** Kereskedelmi marketing

**Tantárgy kódja(i):** 3FMAR2KEM

**Képzési szint:** FOSZK/alkapképzés/mesterképzés

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

**Tagozat:** nappali/levelező

**Óraszám (ea/gy):** 14 óra/félév

**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	Alapfogalmak Csatornatervezés Csatornairányítási döntések Csatornadinamika: vertikális, horizontális és többcsatornás rendszerek. Franchise a gyakorlatban. Csatorna-együttműködés, konfliktus és verseny. Csatorna kapcsolatok jogi és etikai kérdései. Értékesítési rendszer funkciói: Üzletkötés, logisztika és vevőszolgálat. Kiskereskedelem formái.	
2.	előadás	Kiskereskedelmi marketingdöntések: termékválaszték, ár, promóció és elhelyezkedés. Átalakuló kiskereskedelem: új irányzatok és funkciók. Hatékonyságnövelő eszközök a kiskereskedelemben. Nagykereskedelem és marketingdöntései. Félév összefoglalása, felmerülő kérdések megvitatása 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.

*Börszék-Fülöp Nikolett*  
**Oktató aláírása**

*Pécsi György*  
**Tanszékvezető aláírása**