

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

TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER

Tantárgy neve: Élelmiszer-marketingstratégiák

Tantárgy kódja(i): 3MMAR1EMS000000, 3MMAR3EMS000000

Képzési szint: FOSZK/alapképzés/mesterképzés

Szak(ok) neve(i): Vidékfejlesztési agrármérnök, Pénzügy

Tagozat: nappali/levelező

Óraszám (ea/gy): 2+1 ill. 18

Értékelési forma: kollokvium/gyakorlat

Tantárgyfelelős oktató: Dr. habil Szigeti Orsolya

Előadás- és gyakorlatvezető oktatók: Dr. habil Szigeti Orsolya

Tantárgyat gondozó tanszék neve: Marketing és Kereskedelem Tanszék

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

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

A tantárgy céljai: Az ÉLELMISZER-MARKETINGSTRATÉGIÁK c. tantárgy oktatásának célja, hogy a hallgatók elsajátítsák az élelmiszergazdasági marketingstratégiák fogalomrendszerét, alapelveit, megismerkedjenek annak jellemzőivel, a stratégiaalkotás alapösszefüggéseivel, a tervezés és a megvalósítás lehetséges eszközeivel és módszereivel. A tárgy részletesen kitér a stratégiakészítés lépéseire, a stratégiaalkotás folyamatára, a stratégiaelemzés eszközeire és módszereire, valamint a vállalati szintű stratégiákra, és a marketing-mix alapján összeállított részstratégiákra.

Követelmények és az értékelés módja: Gyakorlati jegy.

Gyakorlati jegyet az a hallgató szerezhet, aki a félév folyamán elkészítette és bemutatta egy szabadon választott élelmiszeripari 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.

A tantárgy témakörei:

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA	SZEMINÁRIUM TÉMA
1.	előadás szeminárium	A stratégiai tervezés szerepe a vállalati szférában. Az élelmiszer-marketingstratégiák helye és szerepe a marketing rendszerében. A stratégiai gondolkodás jelentősége az élelmiszer vertikumban.	A tervezés módszertana. A stratégiakészítés folyamata. A külső környezet elemzése. Az élelmiszer vertikum speciális környezeti tényezői. A STEEP tényezők minősítésének és előrejelzésének módszerei.
2.	előadás szeminárium	A versenykörnyezet elemei az élelmiszer vertikumban: piaci méret és növekedési ütem, piaci struktúra és piaci részesedés, alkupozíció és költségek. A versenytársak azonosításának módszerei, lépéseik előrejelzése.	A belső környezet elemzése. A vállalkozások erőforrásai, képességei. GYELV-elemzés, portfólió elemzések az élelmiszer vertikumban.
3.	előadás szeminárium	Piacszegmentáció az élelmiszer vertikumban. A szegmentáció célja, folyamata és ismérvei. A szegmensképzés folyamata. A szegmensek elemzése.	A szervezeti és fogyasztói piacok sajátosságai az élelmiszer vertikumban. A szervezeti és fogyasztói piacok jellemzői és magatartása.
4.	előadás szeminárium	Célcsoport kiválasztás és pozicionálás az élelmiszer vertikumban. A piaci szegmensek értékelése, kiválasztása. A potenciális versenyelőnyök meghatározása, a legjobb kiválasztása.	Vállalati szintű stratégiák az élelmiszer vertikumban. A piaci cél típusú és a földrajzi alapú stratégiák. A piaci belépés időzítésén alapuló stratégiák. A piaci elkötelezettség alapú stratégiák. A piacleépítési stratégiák. Piaci verseny alapú stratégiák.
5.	előadás szeminárium	A termékpolitika sajátosságai az élelmiszer vertikumban. A termékfejlesztés folyamata. A termék életciklus szerepe a stratégiában. Márkastratégiák.	Az árstratégia alapelemei. Jellegzetes árstratégiák az élelmiszer vertikumban. Az értékesítéspolitika céljai és struktúrája. Az értékesítési rendszer értékelése.
6.	előadás szeminárium	A piacbefolyásolás céljai és költségstratégiái. A piacbefolyásolás elemeinek jelentősége. A kommunikációs mix stratégiái.	Hallgatói prezentációk.

Szakirodalom

Kötelező irodalom

Az előadások anyaga.

SZIGETI O.: *Marketingstratégia*. Oktatási segédlet. Kaposvári Egyetem, 2014.

Ajánlott irodalom

JÓZSA L.: *Marketingstratégia. A tervezés gyakorlata és elmélete*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014.

KOTLER, P., KELLER K. L.: *Marketing menedzsment*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012.

LEHOTA J.: *Élelmiszer-gazdasági marketing*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2001.

ÉLELMISZER, ÉLELMISZER, TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING, TÁPLÁLKOZÁSMARKETING, MARKETING ÉS MENEDZSMENT C. FOLYÓIRATOK AKTUÁLIS SZÁMAI

Kaposvár, 2015. augusztus 25.


Oktató aláírása


Tanszékvezető aláírása