

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

TEMATIKA ÉS KÖVETELMÉNYRENDSZER

Tantárgy neve: ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING

Tantárgy kódja(i): 3KML-VA, 3ML-VA

Képzési szint: FOSZK/alapképzés/mesterképzés

Szak(ok) neve(i): Vidékfejlesztési agrármérnök

Tagozat: nappali/levelező

Óraszám (ea/gy): 36/0

Értékelési forma: kollokvium /gyakorlati jegy

Tantárgyfelelős oktató: Dr. Szente Viktória

Előadás- és gyakorlatvezető oktatók: -

Tantárgyat gondozó tanszék neve: Marketing és Kereskedelem

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

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

A tantárgy céljai:

A kurzus célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek az élelmiszer-gazdaság marketingstratégiáival, az alkalmazott eszközökkel és módszerekkel. A tantárgy részletesen tárgyalja az élelmiszer-gazdasági marketing jellemzőit és sajátosságait, az élelmiszerfogyasztói és a szervezeti piaci magatartást, valamint a piaci verseny összetevőit. Az oktatás központjában azonban a stratégiai jelentőségű élelmiszerek piacának fejlesztése áll, amelynek keretében tárgyalásra kerülnek a helyi élelmiszerek, az ökológiai, a hagyományos- és tájjellegű, valamint a funkcionális élelmiszerek egyaránt. Foglalkozunk továbbá az agrár- és élelmiszeripari termékek értékesítésére gyakorlatilag egyedül jellemző közösségi marketing lehetőségeivel, hazai és a nemzetközi gyakorlatok bemutatásán keresztül.

Követelmények és az értékelés módja:

A félév elismerésének feltétele az eredményes (min. 2 érdemjegy, 60%-tól) zárthelyi dolgozat megírása. A javításra max. 2 pótlási lehetőség van. Nem teljesítés esetén a félévi aláírás megtagadásra kerül. Az érdemjegy szóbeli vizsga alapján kerül kialakításra. A zh dolgozat eredményei alapján jegymegajánlás történhet a 4 és 5 jegyet elért hallgatók részére.

A tantárgy témakörei:

SSZ.	ÓRA TÍPUSA	ELŐADÁS TÉMA	SZEMINÁRIUM TÉMA
1.	<u>előadás</u> szeminárium	Az élelmiszer-gazdasági marketing jellemzői. Az élelmiszer-vásárlói és -fogyasztói magatartás rendszere, befolyásoló tényezők, kockázatok és trendek. Fenntartható élelmiszerfogyasztás és tudatos fogyasztó: egy új trendcsoport megjelenése (LOHAS).	
2.	<u>előadás</u> szeminárium	A termékjelölések szerepe a marketingstratégiában. Az etnocentrikus magatartás jellemzői. Védjegyek és jelölések szerepe az agrár- és élelmiszergazdaságban.	
3.	<u>előadás</u> szeminárium	Stratégiai fejlesztési irányok az élelmiszer-gazdasági marketingben: Hagyományos és tájjellegű-, helyi-, ökológiai- és funkcionális élelmiszerek marketingje.	
4.	<u>előadás</u> szeminárium	Egészségmagatartás, tudatos táplálkozás és a funkcionális élelmiszerek. Bizalom és hitelesség – egyedi kockázatok mérése és kiküszöbölése az élelmiszer-gazdaságban. Az egészségjelölések.	
5.	<u>előadás</u> szeminárium	A magyar élelmiszerek piacképességének fejlesztése: mit vár el a hazai fogyasztó?	
6.	<u>előadás</u> szeminárium	Kiemelt hagyományos és tájjellegű élelmiszerek táplálkozási előnyei marketing szempontból. Zárthelyi dolgozat.	

Szakirodalom

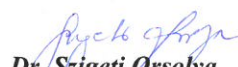
Kötelező irodalom

1. AZ ELŐADÁSOK ANYAGA
2. SZENTE V.: ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING. (E-TANANYAG), KAPOSVÁRI EGYETEM, KAPOSVÁR, 2015.

Ajánlott irodalom

3. SZAKÁLY Z., SZENTE V. (SZERK.): AGRÁRTERMÉKEK KÖZVETLEN ÉRTÉKESÍTÉSE, MARKETINGJE. SZAKTUDÁS KIADÓ, BUDAPEST, 2012, 7-249.
4. LEHOTA J. (SZERK.): ÉLELMISZER-GAZDASÁGI MARKETING. MŰSZAKI KÖNYVKIADÓ, BUDAPEST. 2001.

Kaposvár, 2015. augusztus 19.


Dr. Szigeti Orsolya
 tanszékegyetemi docens


Dr. Sente Viktória
 egyetemi docens