

## **Bormarketing** szakirányú továbbképzési szak

### **I. A szakirányú továbbképzés neve:**

Bormarketing szakirányú továbbképzési szak

### **II. A szakirányú továbbképzési szak FIR-**

kódja:

**A képzési és kimeneti követelményeket tartalmazó határozat: OH-FHF/1757-6/2010.**

### **III. A létesítő intézmény neve:**

Budapesti Gazdasági Főiskola

### **IV. A szakirányú továbbképzési szak képzési és kimeneti követelménye:**

- 1. A szakirányú továbbképzési szak megnevezése:**  
**Bormarketing szakirányú továbbképzési szak**

- 2. A szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése**

Bormarketing szakmenedzser

- 3. A szakirányú továbbképzés képzési területe**

Gazdaságtudományok képzési terület

- 4. A szakirányú továbbképzésre történő felvétel feltétele**

Bármely képzési területen legalább alapképzésben (korábban főiskolai szintű képzésben szerzett oklevél.

- 2. A képzési idő:**

2 félév

- 3. A szakképzettség megszerzéséhez összegyűjtendő kreditek száma:**

60 kredit

- 4. A képzés során elsajátítandó kompetenciák, tudáselemek, megszerezhető ismeretek, személyes adottságok, készségek, a szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben, tevékenységrendszerben:**

#### **Megszerezhető ismeretek, kompetenciák:**

A képzés során a hallgatók megismerik

- a bormarketing specifikumait,
- a marketing borászatokban, borkereskedelemben történő alkalmazásának lehetőségeit,
- a bizalmi termékek – mint például a bor – marketingjének eszközrendszerét és módszertanát,
- az általános fogyasztói, ezen belül az ital-, különösen a borfogyasztói magatartás alapjait és aktuális tendenciáit,
- a piackutatás módszertanát,
- a kutatások eredményeinek gyakorlati hasznosíthatóságát,
- a marketingkommunikáció hatékony integrálásának lehetőségeit,
- a termék és a márka működési mechanizmusát a borok esetében, a márkastratégia és márkamenedzsment gyakorlatát,
- a borforgalmazás lehetséges stratégiáit, a hatékony értékesítési

csatornapolitikát,

- a bornak a gasztronómiában és a turizmusban betöltött szerepét, a kulturált borfogyasztás jellemzőit és követelményeit,
- a borászatok és a borkereskedelem működését meghatározó EU-s és hazai szabályozást, az eredetvédelem jelentőségét és működési mechanizmusát, továbbá képessé válnak a borok érzékszervi vizsgálatára, a jellemző borhibák felismerésére, a hibás borok megállapítására, a bor organoleptikus értékeinek a felismerésére,
- a mérsékelt borfogyasztás egészséges életmódbeli szerepét,
- a marketing fejlődési irányait, az új marketing eszközöket és módszereket, valamint azoknak a bor területén történő felhasználási, adaptációs lehetőségeit.

### **Készségek, a szakképzettség alkalmazása:**

A képzés során megszerzett ismeretek, kompetenciák birtokában a szakirányú továbbképzésben végző bormarketing szakmenedzserek képesek lesznek

- a borászati és borkereskedelmi vállalati marketing tevékenység irányítására,
- a vállalati marketing stratégia kidolgozására, az erőforrások összehangolására,
- a borászatok termék- és márkastratégiájának a kialakítására,
- a termék- és márkastratégiák gyakorlati megvalósítására, illetve menedzselésére,
- a kínálat árstratégiájának a meghatározására,
- a vállalati beszerzési és értékesítési csatorna politika kialakítására,
- a marketing és reklámkampányok koncepciójának a kialakítására,
- a vállalati marketingkommunikáció integrálására,
- a piac-, média- és reklámkutatási eredmények értékelésére és felhasználására,
- a különböző piacokon folytatott marketingtevékenységek integrálására,
- a marketing-, reklám-, média- és piackutató ügynökségekkel való hatékony együttműködésekre,
- a regionális borturizmusban való hatékony részvételre,
- a marketingkommunikációs célú rendezvények tervezésére és szervezésére,
- a vállalat egyéb szervezeti egységeivel történő együttműködésre,
- a közösségi agrár- és élelmiszermarketingben való hatékony részvételre.

### **A szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben:**

Azoknak az oklevéllel rendelkező szőlőtulajdonosoknak, borászatokban vagy a borkereskedelemben dolgozóknak ajánlott a képzésben való részvétel, akiknek munkájához szükségesek a marketingismeretek, illetve azoknak, akik ilyen területen kívánnak dolgozni. Ajánlható a képzés, olyanoknak is, akik speciális marketing ismeretekkel nem rendelkeznek, illetve ezen a területen régebben szerzett tudásukat felfrissíteni és aktualizálni kívánják. Javasolható a képzés továbbá olyan borászati, borkereskedelmi területen dolgozó vezetőknek, ahol a marketingkommunikáció, márkamenedzsment súlya jelentős, és nagyobb rálátással kívánnak rendelkezni az adott területekkel kapcsolatban.

A szakon végzett hallgatók elsősorban az alábbi környezetben helyezkedhetnek el:

- élelmiszeripari, borászati vállalkozások,
- mezőgazdasági vállalkozások,
- kereskedelmi gazdasági vállalkozások,
- turisztikai vállalkozások,
- települési önkormányzatok,
- regionális és ágazati szövetségek, szervezetek,
- civil és egyéb non-profit szervezetek.

**Személyes adottságok, készségek:**

- stratégiai szervezőképesség,
- marketing szemléletmód,
- nyitottság, marketingorientáció,
- kreativitás,
- rugalmasság,
- újdonságokra való nyitottság,
- döntésképeség,
- felelősségtudat,
- problémamegoldó képesség,
- megbízhatóság és precizitás,
- jó kommunikációs készség,
- a borok szeretete,
- kulturált borfogyasztás iránti elkötelezettség,

**5. válságkezelés képessége.**

A szakképzettség szempontjából meghatározó ismeretkörök és a főbb ismeretkörökhöz rendelt kreditértékek:

Alapismeretek: 29 kredit

Borászati alapok, termék- és márkapolitika a borászatban, borforgalmazás szabályozása, piackutatás piacismeret, borértékesítési stratégiák, a borforgalmazás stratégiája.

**Szakmai törzsanyag és speciális szakismeretek: 26 kredit**

Borkultúra és fogyasztási szokások, bor és egészség, italismeret, konkurencia analízis, integrált marketingkommunikáció, borbírálat, bor a gasztronómiában, borturizmus.

**5. A szakdolgozat kredit értéke: 5 kredit**