

Élelmiszermarketing

szakirányú továbbképzési szak

I. A szakirányú továbbképzés neve:

Élelmiszermarketing szakirányú továbbképzési szak

II. A szakirányú továbbképzési szak FIR-

kódja:

A képzési és kimeneti követelményeket tartalmazó határozat: OH-FHF/1758-5/2010.

III. A létesítő intézmény neve:

Budapesti Gazdasági Főiskola

IV. A szakirányú továbbképzési szak képzési és kimeneti követelménye:

1. A szakirányú továbbképzési szak megnevezése:
Élelmiszermarketing szakirányú továbbképzési szak

2. A szakképzettség oklevélben szereplő megnevezése:
Élelmiszermarketing szakmenedzser

A szakirányú továbbképzés képzési területe: Gazdaságtudományok képzési terület

3. A szakirányú továbbképzésre történő felvétel feltétele:

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

4. A képzési idő:

2 félév

5. A szakképzettség megszerzéséhez összegyűjtendő kreditek száma:

60 kredit

6. A képzés során elsajátítandó kompetenciák, tudáselemek, megszerzhető ismeretek, személyes adottságok, készségek, a szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben, tevékenységrendszerben:

Megszerzhető ismeretek, kompetenciák:

A képzés során a hallgatók megismerik:

- az élelmiszerek marketingjének specifikumait,
- a marketing élelmiszeripari alkalmazásának lehetőségeit,
- az élelmiszerek marketingjének eszközrendszerét és módszertanát,
- a fogyasztói, ezen belül az élelmiszerfogyasztói magatartás alapjait és aktuális tendenciáit, a piackutatás módszertanát és a kutatások eredményeinek gyakorlati hasznosíthatóságát, a marketingkommunikáció hatékony integrálásának lehetőségeit,
- a márka működési mechanizmusát, a márkastratégia és márkamenedzsment gyakorlatát, a lokális és a globális márkák menedzselésének különbségeit,
- a stratégiai gondolkodás alapjait, az élelmiszermarketing stratégiák rendszerét és fajtáit; egy féléves projekt keretében a gyakorlatban is részt vesznek egy konkrét termék marketingstratégiájának a kialakításában, annak valamennyi fázisában,

- a marketingkommunikáció hatékonyságát és eredményességét befolyásoló társadalomtudományi területek marketingkommunikációt érintő vonatkozásait,
- a marketing fejlődési irányait, az új marketing eszközöket és módszereket, valamint azok felhasználási lehetőségeit, élelmiszeripari adaptációs lehetőségeit, a marketing akciók és kampányok tervezésének és menedzselésének a tartalmi alapjait és gyakorlatát.

A szakképzettség alkalmazása konkrét környezetben:

A képzés célcsoportját azok az agráriumban vagy az élelmiszeriparban dolgozók képezik, akiknek munkájához szükségesek a marketingismeretek, illetve az ilyen területen dolgozni kívánó diplomások. További célcsoportot képeznek azok, akik speciális marketing ismeretekkel nem rendelkeznek, illetve ezen a területen régebben szerzett tudásukat felfrissíteni és aktualizálni kívánják. Javasolt a képzés továbbá olyan 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:

- agrár és élelmiszeripari termelő vállalatok,
- mezőgazdasági vállalkozások,
- kereskedelmi gazdasági vállalkozások (kisvállalkozástól a multi-, illetve a transznacionális vállalkozásokig),
- oktatási intézmények,
- közigazgatási szervezetek,
- pénzügyi intézetek,
- civil és egyéb non-profit szervezetek.

Személyes adottságok, készségek:

- marketing szemléletmód,
- szervezőképesség,
- rendszerszemléletű gondolkodás,
- kreativitás,
- rugalmasság,
- újdonságokra való nyitottság,
- döntésképeség,
- felelősségtudat,
- problémamegoldó képesség,
- megbízhatóság és precizitás,
- körültekintő gondolkodás és cselekvés képessége,
- elemző képesség,
- logikus gondolkodás,
- válságkezelés képessége,
- jó kommunikációs készség,

7. általános műveltség.

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

Alapismeretek: 18 kredit

Élelmiszermarketing, Európai Unió agrárpolitikája és élelmiszeripari szabályozása, fogyasztói magatartás az élelmiszerek piacán, piackutatás.

Szakmai törzsanyag és speciális szakismeretek: 37 kredit

Márkastratégia és márkamenedzsment, turizmus, vendéglátás és helyi értékesítés, marketingkommunikáció, kampánytervezés és integrált kommunikáció, projektkonzultációk és marketingstratégia tervezés, szakdolgozati konzultáció.

4. A szakdolgozat kredit értéke: 5 kredit