



Modul címe	Marketing és kommunikáció
Fejlesztette	Vargáné Topor Erika - okl. kertészmérnök, közgazdász
Bevezető (átalános)	A tananyagban érdemes a sorrendet betartani, mert a tudás összefüggéseiben egymásra épül és ha egy-egy elem kimarad, akkor nehezíti az összefüggések megértését. A marketing témakörbe beletartozóan kitérek a legalapvetőbb kérdésektől egészen a komplexebb gondolati irányvonalakra is, melyek a modern kistermelő/termelő marketingkommunikációira és tevékenységeire vonatkozik, beleszőve a mai modern kor adta technológiai lehetőségeket. A példafeladatok alapján (nehézség szerint akár több feladatban is) mérhető lesz a tananyag megértése. Témakörfüggően gyakorlati oldalról megközelítve minden tananyag egységet.
A fejezet, (szükség esetén az alfejezet) megnevezése, az ott található ismeret amihez a segédlet kapcsolódik	1. fejezet: Mi az a marketing? 1.1. Marketing alapfogalmak 1.2. Marketing-rendszerek felépítése 1.3. A marketing logikája, lehetséges céljai 1.4. Marketing eszközök 1.4.1. Offline marketing 1.4.2. Online marketing 1.5. <i>“Mindenünk az adat”</i> - Adatelemzések - gyakorlati feladattal 1.5.1. Vevői profilkészítés 1.5.2. Értékesítői profil felmérése - személyiségtesztekkel 1.5.3. SWOT analízis - gyakorlati feladattal (értékesítési csatornák swot-ja, adott termelő swot-ja) 1.5.4. A legismertebb platformok adatainak elemzése - legyen ez egy infografikás rész egyben 1.5.4.1. Google analitikák és értelmezésük 1.5.4.2. Youtube analitikák és értelmezésük



	1.5.4.3. Közösségi platformok adatelemzése - gyakorlati feladattal 1.6. Marketingköltségek
Időtartam	1 óra
Utalás az adott ismerethez kapcsolódó PPT adott diáira, ezekhez kapcsolódó feladatok leírása és ezek módszertana, elvárt eredmény	1-9. dia Feladatok: 1. Soroljuk fel, milyen hétköznapi eszközöket ismerünk marketing tevékenységhez! 2. Nézzük melyek az offline és melyek az online eszközök! 3. Mit jelent értékesítőként számunkra: 3 eltérő profil elemzése 4. Elemzés: mit láthatunk az adatokból és miért fontos ez? Módszertan: interaktív beszélgetés Elvárt eredmény: a feladat végén látni, hogy mennyire másképp kell értékesíteni/kommunikálni a különféle célcsoportokkal és milyen lehetőségek rejlenek a különböző célcsoportokban
Kiegészítő anyagok (linkekkel, ahol van): - cikkek, - ábrák, - infografikák, - YouTube (jó minőségű) videók	Google Analitika: https://marketingplatform.google.com/home (ez időszakosan teljesen megváltozó felület! Fontos időnként frissíteni a linket) Facebook (Meta) és Instagram: Business Suit felület és business.facebook.com Sikeres Márkaépítők (SiMa Üzleti sorozat): Te is lehetsz sikeres márkaépítő c. kiadvány Sikeres Márkaépítők: Énmárka és márkafilozófia - november 3-i rendezvény Helyben vagyunk védjegyprogram imazsfilm+felirat Ingyenes személyiségteszt 16Personalities Személyiségjegyek teszt - DEVELOR Ingyenes személyiségtesztek linkekkel (DISC, MBTI, Big Five) - Híres Norbert ENNEA.HU - Enneagram tesztrel támogatott Enneagram útmutató. ENNEA.HU
Ismeretellenőrző kérdések, ezek általában felelet választós kérdések (pl. kérünk jelölni a helyes válaszokat)	1. A marketing egy olyan univerzális rendszert jelent, melynek fő célja a márkaépítés, az új piacok megszerzése és a termékek értékesítése. IGEN/NEM 2. Az adatok nem fontosak ahhoz, hogy sikeres marketingtevékenységet folytassunk. IGEN/NEM 3. A vásárló személye egyáltalán nem fontos a kommunikáció szempontjából. IGEN/NEM 4. Az értékesítő személye nagyon fontos az értékesítés sikeréhez. IGEN/NEM



Önreflexív gyakorlat (pl. kérdések vagy vizualizáció, mely során a résztvevő elképzelheti magát egy jövőbeli állapotba, helyzetbe. Ez segíthet a célkitűzések meghatározásában és elérésében.)	1. A jövőbeli élménygazdaságban hogyan érezzük magunkat? 2. Mit látunk magunk előtt eredményként, amihez az egyik eszközünk a marketing? (Örömteli vásárló, látványos gazdaság, törzsvásárlók...) Képzeljük el, hogy amikor találkozunk egy vásárlónkkal, akkor csillogó szemmel meséli, hogy milyen sikere volt a konyhában, amikor vendégeinek főzött a termékünkéből és mindenki végre megdicsérte a főztjét!
Gondolkodtató kérdések <i>(Az ezekre adott válaszok segítségével a résztvevő máris megfogalmaz valami megvalósíthatót, amit be tud építeni a gyakorlatába.)</i>	1. Mi az az első lépés, amit már ma meg tudok valósítani ahhoz, hogy sikeresebb legyek? 2. Reálisan milyen célokat tudnék elérni egy éven belül / két éven belül / 5 éven belül?
Melléklet (ha van)	

A fejezet, (szükség esetén az alfejezet) megnevezése, az ott található ismeret amihez a segédlet kapcsolódik	2. fejezet: Márkaépítés 2.1. Márkaépítés alapjai 4. dia 2.2. Hitelesség, márka és célpiac 5. dia 2.3. Milyen a jó logó? - gyakorlati feladattal 15. dia 2.4. A színek jelentősége arculat kialakításánál 17. dia 2.5. Márka pozicionálása 12. dia 2.6. Kommunikáció a márka pozicionálása alapján - gyakorlati feladattal 12-13-14. dia 2.7. A PR tevékenység és lehetőségei 18. dia
Időtartam	1 óra



Utalás az adott ismerethez kapcsolódó PPT adott diára, ezekhez kapcsolódó feladatok leírása és ezek módszertana, elvárt eredmény	4, 5, 10-18. dia Feladatok: 1. Tegeződünk vagy magázódunk? Ki dönti el, melyik a jó megoldás? 12-13. Dia 2. Hova pozicionáljuk magunkat? 3. Milyen megszólításokat használunk? 4. Szegmentált kommunikáció: másképp a vevővel és másképp egy étterem mesterszakácsával vagy viszonteladóval 5. Hogyan visszük át a hagyományainkat a piaci pozíciónkba? Nézzük meg a saját logónkat? Melyik szempontoknak felel meg és mit lenne érdemes változtatni rajta? 15. dia Melyik szín melyik célcsoporthoz tartozik? 17. dia Készítsünk el egy posztot a Facebookra úgy, hogy minél több embert érhessen el! - 18. dia Módszer: önvizsgálat és saját "márkavizsgálat" a tanultak alapján Elvárt eredmény: a végére meg tudjuk fogalmazni, milyen nyelvezetet használjunk, mennyire lehet humoros vagy épp konzervatív a márka kommunikációja.
Kiegészítő anyagok (linkekkel, ahol van): - cikkek, - ábrák, - infografikák, - YouTube (jó minőségű) videók	Humor - komolyság aránya: Facebook Gourmet & Delicious Manufaktúra Facebook kommunikációja Marketing Commando humorbaágyazott szarkasztikus stílusa: Facebook Edukációs tartalomra jó minta: Facebook Olcsó receptötlet fiatalos célcsoportnak: Facebook Humoros és gazda "werkvideó": Facebook Edukációra tartalom, komolyan szakértőként: Facebook
Ismeretellenőrző kérdések <i>ezek általában felelet választós kérdések (pl. kérünk jelöld a helyes válaszokat)</i>	1. A jelenlegi arculatom megfelel annak a célcsoportnak a tanultak alapján, ami elvárt lenne? IGEN/NEM 2. Hajlandó vagyok valamelyik kommunikációs irányt aktívan elkezdni? IGEN/NEM 3. A színek tekintetében valóban azt sugallom, amit szeretnék? IGEN/NEM
Önreflexív gyakorlat	1. A tanultak alapján milyen márkaként látom magamat a jövőben? Melyek



(pl. kérdések vagy vizualizáció, mely során a résztvevő elképzelheti magát egy jövőbeli állapotba, helyzetbe. Ez segíthet a célkitűzések meghatározásában és elérésében.)	azok a plusz fogások, amit ha beépítenék már ma a marketingfelfogásomba, akkor nagyot lendítene a bevételemen? 2. Melyik az a kommunikációs irány, amiben otthonosan tudnék TARTÓSAN mozogni, hétről-hétre?
Gondolkodtató kérdések <i>(Az ezekre adott válaszok segítségével a résztvevő máris megfogalmaz valami megvalósíthatót, amit be tud építeni a gyakorlatába.)</i>	Melyik a márkaépítésben az az első lépés, amit most a legfontosabb rendbetegyek a saját vállalkozásomon belül?
Melléklet (ha van)	

A fejezet, (szükség esetén az alfejezet) megnevezése, az ott található ismeret amihez a segédlet kapcsolódik	3. fejezet: Eszközök használata és az automatizálás 3.1. E-mail és hírlevelezés 3.1.1. Lehetőségek hírlevelező rendszerekre 3.1.2. Hogyan építsünk fel hírlevél listát az értékesítés "helye" szerint? <i>(Közvetlen értékesítési csatornák, gazdaudvarból való értékesítés, Szedd magad programok, falusi vendégasztal, kosárközösségek, Közösség által támogatott mezőgazdaság (CSA), piac, vásár, termelői termékek automatából értékesítése, termelői bolt, mozgóbolt, "közösségi bolt",</i>
---	--



	<i>közvetetten: kereskedőn keresztül, viszonteladóval, online bolt, vendéglátás, közétkeztetés, stb...)</i> 3.1.3. A hírlevelek logikája és felépítése, nyelvezete 3.2. Közösségi platformok összehangolása és az időzítés - gyakorlati feladattal 3.3. Értékelésbekérő-rendszerek szabályzata és azok moduljai
Időtartam	1 óra
Utalás az adott ismerethez kapcsolódó PPT adott diáira, ezekhez kapcsolódó feladatok leírása és ezek módszertana, elvárt eredmény	19-23. dia Feladatok: 1. Írjunk egy hírlevélsablont! 2. Készítsünk összehangolt tartalmakat az oldalainkra és a sajtónak egyszerre (Tananyag 43. oldal)
Kiegészítő anyagok (linkekkel, ahol van): - cikkek, - ábrák, - infografikák, - YouTube (jó minőségű) videók	Ingyenes hírlevélküldő platformok: MailChimp, MailerLite, SalesAutopilot, Newsletter (Wordpress alapú honlapokhoz bővítmény) Iratkozz fel csatornánkra! Ingyenes email marketing tippek hétről-hétre.
Ismeretellenőrző kérdések <i>ezek általában felelet választós kérdések (pl. kérünk jelöld a helyes válaszokat)</i>	1. Tudunk legalább 1 helyen hírlevélre feliratkozókat gyűjteni? IGEN/NEM 2. El tudunk a saját termékünkre/szolgáltatásunkra készíteni egy témalistát, amit univerzálisan használhatunk mindenhol? IGEN/NEM
Önreflexív gyakorlat (pl. kérdések vagy	1. Hogyan érezném magam, ha az automatizált hírlevélküldés után akkor is jönnek be rendelések, amikor alszom?



vizualizáció, mely során a résztvevő elképzelheti magát egy jövőbeli állapotba, helyzetbe. Ez segíthet a célkitűzések meghatározásában és elérésében.)	2. Hogyan érezném magam, ha folyamatosan jönnének be a pozitív értékelések az oldalamra, melyek újabb vásárlókat vonzanak? 3. Mennyi olyan témalehetőség vesz körül, amit felhasználhatok a tartalomgyártásra?
Gondolkodtató kérdések <i>(Az ezekre adott válaszok segítségével a résztvevő máris megfogalmaz valami megvalósíthatót, amit be tud építeni a gyakorlatába.)</i>	1. Mennyit szeretnék megmutatni magamból a nagyvilágnak? 2. Mennyire vagyok szerelmes a termékembe vagy mennyire tudom “elengedni a terméket”, hogy más is örömét lelje benne? (Ha valaki szerelmes a termékébe, nehezen értékesít, mert nem szívesen “adja oda másnak”)
Melléklet (ha van)	

A fejezet, (szükség esetén az alfejezet) megnevezése, az ott található ismeret amihez a segédlet kapcsolódik	4. fejezet: Modern technikai forradalom a marketingben 4.1. Mesterséges intelligencia a gazda barátja - gyakorlati feladattal 4.2. ChatBot-ok a kommunikációban 4.3. MiniCRM-rendszerek és hatékonyság 4.4. Hatástöbbszörözők a marketing gyakorlatban - gyakorlati feladattal
Időtartam	1 óra
Utalás az adott ismerethez kapcsolódó PPT adott diára, ezekhez	24-27. dia Feladatok: 1. Írjuk össze hány féle feladatunk van REL-szervezőként és melyek ebből a delegálhatók?



kapcsolódó feladatok leírása és ezek módszertana, elvárt eredmény	2. Kezdjük el gyakorolni okoseszközökkel: Canva, ChatGPT, Bing Image Creator 3. Írjunk reklámszöveget ChatGPT segítségével! 4. Melyik értékesítési helyszínen melyik marketingeszközt tudjuk használni?
Kiegészítő anyagok (linkekkel, ahol van): - cikkek, - ábrák, - infografikák, - YouTube (jó minőségű) videók	https://www.canva.com/ https://www.canva.com/ Ingyenes AI-képgenerátor – Bing Képkészítő
Ismeretellenőrző kérdések <i>ezek általában felelet választós kérdések (pl. kérünk jelöld a helyes válaszokat)</i>	Melyik modern eszközt tudjuk beilleszteni a munkánkba? - <i>Chatbot, Mesterséges képkészítő programok, Canva kiadványszerkesztő</i>
Önreflexív gyakorlat (pl. kérdések vagy vizualizáció, mely során a résztvevő elképzelheti magát egy jövőbeli állapotba, helyzetbe. Ez segíthet a célkitűzések meghatározásában és elérésében.)	1. Mennyire érzem távolinak a munkámban a modern eszközök használatát? 1- nagyon távoli és lehetetlen cél, 5- a mindennapjaim része 2. Hány éven belül látom reálisnak a legtöbb modern eszköz bevezetését a saját rendszeremben? (pl. automatikus számlázás, automatikus hírlevél küldés, törzsvásárlói rendszer bevezetés, digitális katalógusok szerkesztése...)
Gondolkodtató kérdések <i>(Az ezekre adott válaszok segítségével a résztvevő máris</i>	A hatékonyság növeléséhez, mely feladatok azok, amit delegálni tudok? (Tartalomgyártás, szövegírás, Pr-ügynök foglalkoztatása, ...) Mely feladatokat lehet kiszervezni "gépeknek"? (pl. automata válaszküldés közösségi oldalon: "Köszönjük, hogy írtál nekünk. Most nem vagyunk jelen online, de hamarosan válaszolunk kérdésedre."



**Co-funded by
the European Union**



LEARNING PARTNERSHIP
FOR SUSTAINABLE
SHORT FOOD SUPPLY

*megfogalmaz valami
megvalósíthatót,
amit be tud építeni a
gyakorlatába.)*

Melléklet (ha van)