

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA



TANTÁRGYI PROGRAMOK

Kereskedelem és marketing

felsőoktatási szakképzés

2024-2025. tanév

2. félév

Budapest, 2025. január

Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

Marketingkommunikáció szakirány

		TANTÁRGYI PROGRAM	
WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA			
A TANTÁRGY ALAPADATAI			
Tantárgy megnevezése:	Munkaerőpiaci ismeretek	Kódja:	WSUFTTFN507/ WSUFTTFL507
Szak megnevezése:	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Farkas Péter		
Oktató	Dr. Farkas Péter		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	30 (1+1)/12(6+6)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		
A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.			
Megszerzendő ismeretek: Foglalkoztatás és munkaerőpiac. A munkaerő sajátosságai. Foglalkoztatottság és a munkaerőpiac jellemzői Magyarországon. Foglalkoztatás és munkaerőpiac európai kontextusban. Foglalkoztatási politika Magyarországon. Erőforrások, létszámtervezés, termelékenység, toborzás. Atipikus foglalkoztatási formák. Önfoglalkoztatás. A munkaerőpiac résztvevőinek szerepköre. Munkanélküliek keresetpótló támogatása, fajtái. Aktív és passzív foglalkoztatáspolitikai eszközök. 2015-2022 évi helyzet értékelése a számok tükrében. Változások okai.			
Kompetenciák:			

- Tisztában van a gazdálkodás-tudomány legalapvetőbb fogalmaival, elméleteivel, tényeivel, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseivel a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
- Egyszerűbb gazdasági folyamatokat, eljárásokat megtervez, megszervez, végrehajt. Hatékonyan kommunikál írásban és szóban. Egyszerűbb szakmai beszámolókat, értékeléseket, prezentációkat készít, illetve előad.
- Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe.

Oktatás módszertana: A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.
- Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Vámosi Tamás (2019): Munkaerő-piaci ismeretek: PTE FEEK, Pécs
<https://digitalia.lib.pte.hu/books/vamosi-tamas-munkaero-piaci-ismeretek-pecs-pte-feek-2013/pdf/vamosi-tamas-munkaero-piaci-ismeretek-pecs-pte-feek-2013.pdf>
- Előadások anyagai

Ajánlott irodalom:

- Dr. Frey Mária: Munkaerő-piaci intézmények és politikák Magyarországon. BCE. Budapest, 2011. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8571/Frey_2011.pdf
- 2012. évi I. törvény a munka törvénykönyvéről.
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200001.tv>



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Üzleti nyelv 1 (angol nyelv/német nyelv)	Kódja:	WSUFNYAN504 / WSUNYAL504
Szak megnevezése:	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Kimmel Magdolna		
Oktató	Kispál Istvánné (angol nyelv)/Deák Zsuzsa (német nyelv)		
Előtanulmányi feltételek:			
Óraszám	45 (0+3)/20(0+20)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek angol nyelven

1. Effective oral and written communication with business partners.
Communication via the phone, making and receiving phone calls, leaving and taking messages.
Strategies to bridge communication breakdowns: paraphrasing, politely requesting repeating etc.
Business correspondence: types of business letters and e-mails (asking for and giving information on products/services/terms of delivery etc. placing and confirming orders, asking for quotation, inviting business partners, accepting and politely declining invitations, placing complaints, responding to complaints etc.) Conventions of business letter/e-mail writing (content, structure and style), professional terms and conventional phrases used. Writing business reports.
Successful presentations: main parts, attention grabbing introductions, effective closings; discourse markers; visual backup, style, handling questions.)
Simulation: handling complaints. (Expressing dissatisfaction politely, making requests and demands, in writing and orally)
Case study: analysing data regarding consumer satisfaction about a product or a service; designing, writing up and presenting an action plan to remedy the situation.
2. Business ethics and etiquette

The relevance of cultural awareness in business communication. Safe topics of small talk, rules of polite behaviour and interaction in different cultures, aspects of body language and their relevance in polite communication. Different patterning of interaction, business negotiations and presentations in different cultures.

Case studies: analysing conflicts stemming from cultural differences. Roleplays: handling cultural clashes in business life.

Hospitality rules in different cultures, customs regarding gift giving, dress codes, time management in different cultures.

Business ethics: basic principles of ethical business conduct; unethical business practices and their consequences.

Case studies: analysing cases of unethical business behaviour. Simulation: how to resolve a business issue without breaking the rules of ethical behaviour?

3. Marketing

The concept of marketing. Marketing mix (4P). The most frequently used ways of influencing customers (advertising, sales, prize draws).

Case studies: typical features of effective marketing campaigns.

Small group project work: designing a marketing campaign and presenting it to the potential customer.

Megszerzendő ismeretek német nyelven:

1. Geschäftskommunikation in Wort und Schrift

Telefonieren, Telefongespräche, Telefonanrufe, Nachrichten weitergeben, hinterlassen. Höfliche Fragen, Wiederholungen, Umschreibungen. Geschäftsbriefe, E-Mails, deren Aufbau, Einteilung, Gliederung (Anfrage, Bestellung, Bestätigung von Bestellungen, um Informationen bitten, Einladung annehmen/ablehnen) Berichte, Zusammenfassungen schreiben. Aufbau einer erfolgreichen Präsentation, inhaltliche Elemente, Stil, visuelle Darstellung, sprachliche Elemente. Rollenspiel: Behandlung von Beschwerden. Ausdrücken von Bitten, Anfragen, Unzufriedenheit in Wort und Schrift ausdrücken.

Fallstudie: Bearbeitung und Präsentation eines schriftlichen Vorschlags aufgrund der Forschungsergebnisse einer Zufriedenheitsumfrage eines Produkts oder einer Dienstleistung

2. Geschäftsetikette

Die Bedeutung der kulturellen Bewusstheit im Geschäftsleben. Themen der informellen Gespräche, Höflichkeitsformen, die Bedeutung und Verschiedenheiten der Körpersprache im Geschäftsleben, Kommunikationsmuster je nach Kulturen. Analyse der Konflikte, die auf Verschiedenheit der Kulturen basieren, Behandlung von Konflikten, Rollenspiel. Etikette der geschäftlichen Bewirtung, Bescherung, Dress code, die Unterschiede bei der Leitung eines geschäftlichen Gesprächs, Verschiedenheiten des Zeitmanagments. Geschäftsetikette, die Folgen von unethischen Geschäftsverhalten. Fallanalysen.

Rollenspiel: Lösung von geschäftlichen Problemen: Profitverlust oder Zuwiderhandlung von Prinzipien?

3. Marketing

Marketinganalyse. Marketing Mix (4P). Die häufigsten Methoden für Beeinflussung der Konsumenten (Werbung, Sonderangebote, Gewinnspiele). Merkmale der wirksamen Werbung, Bearbeitung von Fallstudien

Projektarbeit: Planen von Werbungskampagne und ihre Präsentation

Kompetenciák:

- Ismeri és érti a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsét anyanyelvén és egy idegen nyelven is.
- Írásban, szóban és modern infokommunikációs eszközökkel, idegen nyelven is képes kommunikálni.
- Nyelvtudását, kommunikációs készségét folyamatosan fejleszti, lépést tart az új kommunikációs technológiák fejlődésével.
- Kommunikációs és nyelvi hiányosságait maga azonosítja, megkeresi a továbbfejlesztés lehetőségeit.

Oktatás módszertana: Az oktatás interaktív, a kommunikatív nyelvoktatás hagyományaira támaszkodó nyelvoktatási módszerek alkalmazásával történik. A tanítás során az oktató infokommunikációs eszközöket is használ. A nyelvi készségek intenzív fejlesztése érdekében a hallgatók páros és csoportos feladatokat oldanak meg. Az eltérő tanulói csoportokba nyelvi szintfelmérő alapján kerülnek be a hallgatók. Az oktatók igény esetén online és nyomtatott segédanyagokat biztosítanak a hallgatók számára.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom

Angol nyelv:

A2/ B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S: New Market Leader Pre-Intermediate. Pearson-Longman. Harrow, 2007. 160 p. ISBN 978-1-4058-1296-2
- Grant, D. Hudson, J.: Business Results Pre-Intermediate. OUP. Oxford, 2009. 159 p. ISBN 978 0 19 474810 0
- Online kiegészítő anyagok

<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>

<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

B1/B2 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S: New Market Leader Intermediate. Harrow, Pearson-Longman. Harrow, 2005. 176 p. ISBN 978-1-4082-1901-0
Hughes, J., Naunton, J.: Business Results Intermediate. 2008. Oxford, Oxford University Press.
159 p. ISBN 978 0 19 476801 6
- Online kiegészítő anyagok
<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>
<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

B2+/C1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S: New Market Leader Upper-Intermediate. Harrow, Pearson-Longman. Harrow, 2006. 176 p. ISBN 978-1-4058-1309-09
- Duckworth, M., Turner, R.: Business Results Upper-Intermediate. OUP, Oxford, 2008 . 167 p. ISBN 978 0 19 476810 8
- Online kiegészítő anyagok
<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>
<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

Német nyelv:

A2/B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Braunert, J., Becker, N.: Alltag, Beruf und Co 5. B1 Kursbuch+Arbeitsbuch. Hueber Kiadó, München, 2010.120 oldal, ISBN: 978-3-19-401590-6
- Jotzo, S., von Taeuffenbach B., Dr. Bosch, G., Müller, A., Baum, W., Haas, U.: Schritte international im Beruf 5. A2/B1, Hueber Kiadó, München, 120.oldal, ISBN 978-3-19-681851-2

B1/ B2 vagyis középfeladók nyelvi szintű hallgatók számára

- Braunert, J., Becker, N.: Alltag, Beruf und Co 6. B1/B2, Kursbuch+Arbeitsbuch, B1/2, Hueber Kiadó, München 2010., 94. oldal ISBN: 978-3-19-601590-4
- Jotzo, S., von Taeuffenbach, B., Dr. Bosch, G., Müller, A., Baum, W., Haas, U.: Schritte international im Beruf 6., B2/1, B2/2, Hueber Kiadó, München, 120 oldal, ISBN 978-3-19-681851-2

Ajánlott irodalom

Angol nyelv:

- Hughes, J.; Mallett, A.: Successful meetings. DVD and Students' Book pack. Oxford, Oxford University Press. 2012. ISBN: 978-0-19-476839-9
- Hughes, J.; Mallett, A. (2012): Successful presentations. DVD and Students' Book pack. OUP, Oxford, 2012. ISBN: 978-0-19-476835-1

Német nyelv:

- Mommertz, S. :Deutsche Geschäftskommunikation, Tanulási segédlet, Szolnok, 2020
- Braunert, J., Schlenker, W.: Unternehmen Deutsch, , B1/B2 Klett kiadó, Budapest 2008. 215 oldal · ISBN: 3126757456

- Buscha A., Linthout, G.: Geschäftskommunikation-Verhandlungssprache, Hueber Kiadó, München, 120. oldal 2007. ISBN: 9783190915989

Online kiegészítő anyagok:

- <https://www.sem-deutschland.de/inbound-marketing-agentur/online-marketing-glossar/was-ist-marketing/>
- <https://www.expats-news.com/interkulturelle-kompetenzen-ausland/geschaefstetikette-im-ausland-verstehen-39360>



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Vállalati gazdaságtan alapjai	Kódja:	WSUFGTAN532/ WSUFGTAL532
Szak megnevezése:	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Mádi László		
Oktató	Dr. Mádi László		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	45 (2+1)/18(12+6)		
Kredit	6		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

A vállalati gazdaságtan alapfogalmai, a vállalatok célrendszere, érintettjei, szervezeti keretei, profitorientált és nonprofit szervezetek. A vállalatok alapítása, működése és megszűnése. Vállalatelméletek. A vállalatok környezete. A vállalat társadalmi szerepe. Piac és piaci viszonyok. Az állam gazdasági szerepe. Az állami vállalatok jellemzői. Az alternatív közgazdaságtan és a felelős

vállalat. A globalizáció és hatása a vállalatok tevékenységére. Verseny szerepe és funkciói. Kiemelt vállalati tevékenységek legfontosabb jellemzői (marketing, innováció, termelés és szolgáltatás, logisztika, humán erőforrás gazdálkodás, pénzügyek, információ és tudásmenedzsment). Ipar 4.0 hatása a vállalati tevékenységre, annak elemeire. Vállalatirányítási rendszerek. A vállalati stratégia és megvalósításának folyamata.

Kompetenciák:

- Tisztában van a gazdálkodás-tudomány legalapvetőbb fogalmaival, elméleteivel, tényeivel, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseivel a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
- Ismeri a gazdasági szervezetek felépítését és működését.
- Képes egyéni, illetve kisvállalkozói tevékenységet megtervezni, önállóan végezni.
- Elkötelezett a minőségi munkavégzés iránt, betartja a vonatkozó szakmai, jogi és etikai szabályokat, normákat.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.
- Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Chikán Attila: Vállalatgazdaságtan. Akadémiai Kiadó. Budapest. Digitális kiadás 2020. ISBN 978 963 454 589 7
- Előadások anyaga

Ajánlott irodalom:

- Illés Mária: Vállalatgazdaságtan, Miskolci Egyetem, Miskolc, 2014. 162 p.
http://gkiweb.uni-miskolc.hu/gki/files/Illes_Maria_Vallalati_gazdasagtan_I.pdf



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Közösségi média marketing	Kódja:	WSUFTTFN517/WSUFTTFL517
Szak megnevezése:	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Marketingkommunikáció szakirány		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Berényi Konrád		
Oktató	Berényi Konrád		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	30 (0+2), 12 (0+12)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

A közösségi médiára vonatkozó alapismeretek. A közösségi média kialakulása, fejlődése. Közöségi média platformok és piaci pozíciójuk. A kétirányú kommunikáció. Közöségi média marketing eszközei és azok változása. Marketingkommunikációs eszközök és módszerek. Szervezetek közöségi média kommunikációjának elemzése és tervezése. Közöségi média marketing hatékonysága, a fejlődés trendjei.

Kompetenciák:

- Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit. Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra.
- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.
- Nyelvtudását, kommunikációs készségét folyamatosan fejleszti, lépést tart az új kommunikációs technológiák fejlődésével.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-60%	elégséges (2)
61-70%	közepes (3)
71-80%	jó (4)
81-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Tóth Mihály (2013): Facebook marketing. Marketing Kiadó, Budapest. 2013, ISBN: 9789630865418
- Az előadások anyaga

Ajánlott irodalom:

- Klausz Melinda Sáringer Viktória: Újgenerációs közösségi média felületek és kommunikáció, KOZOSSEGI-MEDIA.COM, 2022, 382 oldal, ISBN: 9786150149561
- Az előadásokon bemutatott blogok



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ I.	Kódja:	WSUFTTFN510/ WSUFTTFL510
Szak megnevezése:	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Marketingkommunikáció szakirány		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Péntes Ibolya Rózsa		
Oktató	Dr. Földi Kata, Dr. Danyi-Boll Anikó		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	30(1+1), 12(6+6)		
Kredit	5		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

Marketingkommunikáció szerepe és jelentősége, funkciói. A marketingkommunikáció fejlődése. A marketingkommunikáció piaca és szereplői. A marketingkommunikáció elemei. A marketingkommunikáció eszközrendszere. A reklám, a PR, az értékesítés/ vásárlásösztönzés, a személyes eladás. ATL-BTL-TTL eszközök. Az integrált marketingkommunikáció alkalmazásának sajátosságai. Korszerű IKT eszközök és módszerek alkalmazási lehetőségei a marketingkommunikációban. Médiafogyasztási szokások változása.

Kompetenciák:

- Ismeri a marketing alapfogalmait és elméleteit.
- Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.
- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.
- Nyelvtudását, kommunikációs készségét folyamatosan fejleszti, lépést tart az új kommunikációs technológiák fejlődésével.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban

történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.
- Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid: Marketingkommunikáció érthetően. Szókratész Közgazdasági Akadémia. Budapest, 2011. 404. p. ISBN 9637163530
- Hamburger Béla: Marketingkommunikáció. 1-70. p; 158-172.p. Magánkiadás 2018. <https://www.sites.google.com/site/ingyentankoenyv/ISBN> 978-615-00-1239-1
- Előadások anyagai.

Ajánlott irodalom:

- Horváth D.-Nyirő N.- Csordás Tamás (szerk.): Médiaismeret. Reklámeszközök és reklámhordozók. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, 2013. 314.p. ISBN: 978 963 05 9724
- Papp-Váry Árpád Ferenc (2010): Country slogans and logos: findings of a benchmarking study, In: Szerk.: Kadocsa, Gy. MEB 8th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking. Óbudai Egyetem, Budapest. 199-208. p.
- <http://www.mediapiac.com>
- <http://www.kreativ.hu>
- <http://www.mediainfo.hu>



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Marketingkutatás módszertana	Kódja:	WSUFTTFN513/ WSUFTTFL513
Szak megnevezése:	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Gyenge Balázs		
Oktató	Dr. Gyenge Balázs		
Előtanulmányi feltételek:			
Óraszám	45(1+2)/18(6+12)		
Kredit	4		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése. A hallgatók ismerjék meg a marketingkutatás módszertanát és eszközrendszerét, lássák át a marketingkutatás folyamatának lépéseit és a marketingkutatási terv elkészítésének alapproblémáit.

Megszerzendő ismeretek:

A marketingkutatás értelmezése, folyamata. A marketing információs rendszer. A marketingkutatási terv felépítése. A marketingkutatás fajtái. A szekunder és primer információk szerepe. A kvalitatív kutatási technikák különböző eszközei (megfigyelés, fókuszcsoport, kutatási interjú, mélyinterjú, projektív technikák, mapping). A kvantitatív eljárások egyes módszerei (szóbeli, írásbeli, telefonos, internetes megkérdezés, termékteszt, kísérletek). A kérdőívszerkesztés alapelvei, az online kérdőívtervezés sajátosságai. A kérdéstípusok, a skálák, a mérési szintek alkalmazási lehetőségei. A kvantitatív mintavétel legjellemzőbb formái.

Kompetenciák:

- Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat, illetve problémamegoldási módszereknek.
- Elméleti, fogalmi és módszertani ismeretei felhasználásával a feladatának ellátásához szükséges tényeket, adatokat összegyűjti, rendszerezi; egyszerűbb ok-okozati összefüggéseket feltár és következtetéseket von le, javaslatokat fogalmaz meg a szervezet rutin folyamataiban.
- Képes kérdőívkészítésben, piackutatásban való közreműködésre.

Oktatás módszertana:

A tantárgy interaktív előadásokra és szemináriumokra épül. Az előadások prezentációs jellegét a szemináriumok egészítik ki, melyek lehetőséget teremtenek a gyakorlati példák megvitatására, továbbá az önálló hallgatói feladatok konzultálására. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A félévvégi aláírás megszerzésének feltételeit az oktató ismerteti. A szorgalmi időszak végén a hallgatók a beadandó feladatot eljuttatják az oktatóhoz, valamint a kurzus elméleti ismeretanyagából félévzáró zárthelyi dolgozatot írnak.

Az érdemjegyet az alábbiak szerint kerül kialakításra:

- beadandó feladatok (nappali): 10+40 pont
- beadandó feladat (levelező): 50 pont
- félévzáró zárthelyi dolgozat: 50 pont
- összesen szerezhető pontszám: 100 pont

Hallgatói teljesítmény értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Hoffmann M., Kozák Á., Veres Z. (2009): Piackutatás, Műszaki Könyvkiadó
online kiadás: Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á. (2017): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN 978 963 454 003 8
<https://mersz.hu/kiadvany/219/info/>
- Gyenge, B. (2023): A marketingkutatás alapjai. Oktatási segédlet. Wekerle Sándor Üzleti Főiskola. Budapest.

Ajánlott irodalom:

- Gyulavári T., Mitev A., Neulinger Á., Neumann-Bódi E., Simon J., Szűcs K. (2014, 2017): A marketingkutatás alapjai, Akadémiai Kiadó
online kiadás: Gyulavári T., Mitev A., Neulinger Á., Neumann-Bódi E., Simon J., Szűcs K. (2017): A marketingkutatás alapjai, Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN 978 963 059 888 0, 1-10. fejezet, <https://mersz.hu/kiadvany/240/info/>
- Malhotra N. K. (2012, 2017): Marketingkutatás, Műszaki Könyvkiadó
online kiadás: Malhotra N. K., Simon J. (2017): Marketingkutatás, Akadémiai Kiadó, Budapest, 978 963 059 867 5, II/8, 9, 10. fejezet, <https://mersz.hu/kiadvany/198/info/>
- Lehota J. (2001): Marketingkutatás az agrárgazdaságban, Mezőgazda Kiadó
- Babbie E. (1999): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó

- Scipione P. A. (1994): Piackutatás elmélete és gyakorlata, Springer Kiadó



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Kereskedelmi marketing	Kódja:	WSUFTTFN511/ WSUFTTFL511
Szak megnevezése:	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Marketingkommunikáció szakirány		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Pénzes Ibolya Rózsa		
Oktató	Dr. Pénzes Ibolya Rózsa		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	45(1+2)/18(6+12)		
Kredit	4		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

A kereskedelem szerepe a szervezeti és fogyasztói piacon. Kétirányú piaci alkalmazkodás. A kereskedelem makro- és mikroökonómiai funkciói, feladatai marketing közelítésben. Az üzletláncok és független kiskereskedők marketingtevékenységének sajátosságai. Beszerzésmarketing. A kereskedelmi vállalkozások termékpolitikája. Termékpolitikai döntések a kereskedelemben. A kereskedelmi márka. Kategóriamenedzsment a kereskedelemben. Árképzési módszerek a kereskedelemben. Beszerzési kedvezmények és engedmények hatása a fogyasztói árak kialakítására és a vállalati jövedelmezőségre. Csatornapolitika a kereskedelemben. Vertikális és horizontális marketingrendszerek fejlődése. Üzletformák és változása. Marketingkommunikáció a kereskedelemben. A vertikális és horizontális együttműködés fejlődésének hatása a marketingkommunikációra. Online marketing sajátosságai a kereskedelemben.

Kompetenciák:

- Készség szinten ismeri a gazdasági szervezetek gyakorlati működését, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.

- Ismeri a kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos feladatokat, és ismeri a kereskedelmi tevékenységre vonatkozó alapvető jogi szabályozásokat.
- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.
- Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Pénzes Ibolya Rózsa-Gyenge Balázs: Kereskedelmi marketing. Egyetemi jegyzet. Szent István Egyetemi Kiadó. Gödöllő, 2010. 212 p.
- Agárdi Irma: Kereskedelmi marketing és menedzsment. IV-X. fejezet. Akadémiai kiadó Zrt. Budapest, 2017. Digitális kiadás. ISBN: 97896345 016 8
https://mersz.hu/dokumentum/dj233kmem_1/

Ajánlott irodalom:

- Agárdi Irma: Kereskedelem és trendjei. Marketing Kaleidoszkóp 19. Miskolci Egyetem, 2019. pp. 19-29. ISSN 2062-2260 <http://real.mtak.hu/108023/1/Mark.kal.2019.pdf>

Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

Logisztika szakirány

		TANTÁRGYI PROGRAM	
WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA			
A TANTÁRGY ALAPADATAI			
Tantárgy megnevezése:	Munkaerőpiaci ismeretek	Kódja:	WSUFTTFN507/ WSUFTTFL507
Szak megnevezése:	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Farkas Péter		
Oktató	Dr. Farkas Péter		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	30 (1+1)/12(6+6)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		
A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.			
Megszerzendő ismeretek: Foglalkoztatás és munkaerőpiac. A munkaerő sajátosságai. Foglalkoztatottság és a munkaerőpiac jellemzői Magyarországon. Foglalkoztatás és munkaerőpiac európai kontextusban. Foglalkoztatási politika Magyarországon. Erőforrások, létszámtervezés, termelékenység, toborzás. Atipikus foglalkoztatási formák. Önfoglalkoztatás. A munkaerőpiac résztvevőinek szerepköre. Munkanélküliek keresetpótló támogatása, fajtái. Aktív és passzív foglalkoztatáspolitikai eszközök. 2015-2022 évi helyzet értékelése a számok tükrében. Változások okai.			
Kompetenciák:			

- Tisztában van a gazdálkodás-tudomány legalapvetőbb fogalmaival, elméleteivel, tényeivel, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseivel a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
- Egyszerűbb gazdasági folyamatokat, eljárásokat megtervez, megszervez, végrehajt. Hatékonyan kommunikál írásban és szóban. Egyszerűbb szakmai beszámolókat, értékeléseket, prezentációkat készít, illetve előad.
- Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe.

Oktatás módszertana: A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.
- Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Vámosi Tamás (2019): Munkaerő-piaci ismeretek: PTE FEEK, Pécs
<https://digitalia.lib.pte.hu/books/vamosi-tamas-munkaero-piaci-ismeretek-pecs-pte-feek-2013/pdf/vamosi-tamas-munkaero-piaci-ismeretek-pecs-pte-feek-2013.pdf>
- Előadások anyagai

Ajánlott irodalom:

- Dr. Frey Mária: Munkaerő-piaci intézmények és politikák Magyarországon. BCE. Budapest, 2011. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8571/Frey_2011.pdf
- 2012. évi I. törvény a munka törvénykönyvéről.
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200001.tv>



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Üzleti nyelv 1 (angol nyelv/német nyelv)	Kódja:	WSUFNYAN504 / WSUNYAL504
Szak megnevezése:	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Kimmel Magdolna		
Oktató	Kispál Istvánné (angol nyelv)/Deák Zsuzsa (német nyelv)		
Előtanulmányi feltételek:			
Óraszám	45 (0+3)/20(0+20)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek angol nyelven

4. Effective oral and written communication with business partners.
Communication via the phone, making and receiving phone calls, leaving and taking messages.
Strategies to bridge communication breakdowns: paraphrasing, politely requesting repeating etc.
Business correspondence: types of business letters and e-mails (asking for and giving information on products/services/terms of delivery etc. placing and confirming orders, asking for quotation, inviting business partners, accepting and politely declining invitations, placing complaints, responding to complaints etc.) Conventions of business letter/e-mail writing (content, structure and style), professional terms and conventional phrases used. Writing business reports.
Successful presentations: main parts, attention grabbing introductions, effective closings; discourse markers; visual backup, style, handling questions.)
Simulation: handling complaints. (Expressing dissatisfaction politely, making requests and demands, in writing and orally)
Case study: analysing data regarding consumer satisfaction about a product or a service; designing, writing up and presenting an action plan to remedy the situation.
5. Business ethics and etiquette

The relevance of cultural awareness in business communication. Safe topics of small talk, rules of polite behaviour and interaction in different cultures, aspects of body language and their relevance in polite communication. Different patterning of interaction, business negotiations and presentations in different cultures.

Case studies: analysing conflicts stemming from cultural differences. Roleplays: handling cultural clashes in business life.

Hospitality rules in different cultures, customs regarding gift giving, dress codes, time management in different cultures.

Business ethics: basic principles of ethical business conduct; unethical business practices and their consequences.

Case studies: analysing cases of unethical business behaviour. Simulation: how to resolve a business issue without breaking the rules of ethical behaviour?

6. Marketing

The concept of marketing. Marketing mix (4P). The most frequently used ways of influencing customers (advertising, sales, prize draws).

Case studies: typical features of effective marketing campaigns.

Small group project work: designing a marketing campaign and presenting it to the potential customer.

Megszerzendő ismeretek német nyelven:

4. Geschäftskommunikation in Wort und Schrift

Telefonieren, Telefongespräche, Telefonanrufe, Nachrichten weitergeben, hinterlassen. Höfliche Fragen, Wiederholungen, Umschreibungen. Geschäftsbriefe, E-Mails, deren Aufbau, Einteilung, Gliederung (Anfrage, Bestellung, Bestätigung von Bestellungen, um Informationen bitten, Einladung annehmen/ablehnen) Berichte, Zusammenfassungen schreiben. Aufbau einer erfolgreichen Präsentation, inhaltliche Elemente, Stil, visuelle Darstellung, sprachliche Elemente. Rollenspiel: Behandlung von Beschwerden. Ausdrücken von Bitten, Anfragen, Unzufriedenheit in Wort und Schrift ausdrücken.

Fallstudie: Bearbeitung und Präsentation eines schriftlichen Vorschlags aufgrund der Forschungsergebnisse einer Zufriedenheitsumfrage eines Produkts oder einer Dienstleistung

5. Geschäftsetikette

Die Bedeutung der kulturellen Bewusstheit im Geschäftsleben. Themen der informellen Gespräche, Höflichkeitsformen, die Bedeutung und Verschiedenheiten der Körpersprache im Geschäftsleben, Kommunikationsmuster je nach Kulturen. Analyse der Konflikte, die auf Verschiedenheit der Kulturen basieren, Behandlung von Konflikten, Rollenspiel. Etikette der geschäftlichen Bewirtung, Bescherung, Dress code, die Unterschiede bei der Leitung eines geschäftlichen Gesprächs, Verschiedenheiten des Zeitmanagments. Geschäftsetikette, die Folgen von unethischen Geschäftsverhalten. Fallanalysen.

Rollenspiel: Lösung von geschäftlichen Problemen: Profitverlust oder Zuwiderhandlung von Prinzipien?

6. Marketing

Marketinganalyse. Marketing Mix (4P). Die häufigsten Methoden für Beeinflussung der Konsumenten (Werbung, Sonderangebote, Gewinnspiele). Merkmale der wirksamen Werbung, Bearbeitung von Fallstudien

Projektarbeit: Planen von Werbungskampagne und ihre Präsentation

Kompetenciák:

- Ismeri és érti a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsét anyanyelvén és egy idegen nyelven is.
- Írásban, szóban és modern infokommunikációs eszközökkel, idegen nyelven is képes kommunikálni.
- Nyelvtudását, kommunikációs készségét folyamatosan fejleszti, lépést tart az új kommunikációs technológiák fejlődésével.
- Kommunikációs és nyelvi hiányosságait maga azonosítja, megkeresi a továbbfejlesztés lehetőségeit.

Oktatás módszertana: Az oktatás interaktív, a kommunikatív nyelvoktatás hagyományaira támaszkodó nyelvoktatási módszerek alkalmazásával történik. A tanítás során az oktató infokommunikációs eszközöket is használ. A nyelvi készségek intenzív fejlesztése érdekében a hallgatók páros és csoportos feladatokat oldanak meg. Az eltérő tanulói csoportokba nyelvi szintfelmérő alapján kerülnek be a hallgatók. Az oktatók igény esetén online és nyomtatott segédanyagokat biztosítanak a hallgatók számára.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom

Angol nyelv:

A2/ B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S: New Market Leader Pre-Intermediate. Pearson-Longman. Harrow, 2007. 160 p. ISBN 978-1-4058-1296-2
- Grant, D. Hudson, J.: Business Results Pre-Intermediate. OUP. Oxford, 2009. 159 p. ISBN 978 0 19 474810 0
- Online kiegészítő anyagok

<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>

<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

B1/B2 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S : New Market Leader Intermediate. Harrow, Pearson-Longman. Harrow, 2005. 176 p. ISBN 978-1-4082-1901-0
Hughes, J., Naunton, J.: Business Results Intermediate. 2008. Oxford, Oxford University Press.
159 p. ISBN 978 0 19 476801 6
- Online kiegészítő anyagok
<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>
<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

B2+/C1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S: New Market Leader Upper-Intermediate. Harrow, Pearson-Longman. Harrow, 2006. 176 p. ISBN 978-1-4058-1309-09
- Duckworth, M., Turner, R.: Business Results Upper-Intermediate. OUP, Oxford, 2008 . 167 p. ISBN 978 0 19 476810 8
- Online kiegészítő anyagok
<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>
<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

Német nyelv:

A2/B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Braunert, J., Becker, N.: Alltag, Beruf und Co 5. B1 Kursbuch+Arbeitsbuch. Hueber Kiadó, München, 2010.120 oldal, ISBN: 978-3-19-401590-6
- Jotzo, S., von Taeuffenbach B., Dr. Bosch, G., Müller, A., Baum, W., Haas, U.: Schritte international im Beruf 5. A2/B1, Hueber Kiadó, München, 120.oldal, ISBN 978-3-19-681851-2

B1/ B2 vagyis középfeladók nyelvi szintű hallgatók számára

- Braunert, J., Becker, N.: Alltag, Beruf und Co 6. B1/B2, Kursbuch+Arbeitsbuch, B1/2, Hueber Kiadó, München 2010., 94. oldal ISBN: 978-3-19-601590-4
- Jotzo, S., von Taeuffenbach, B., Dr. Bosch, G., Müller, A., Baum, W. , Haas, U.: Schritte international im Beruf 6., B2/1, B2/2, Hueber Kiadó, München, 120 oldal, ISBN 978-3-19-681851-2

Ajánlott irodalom

Angol nyelv:

- Hughes, J.; Mallett, A.: Successful meetings. DVD and Students' Book pack. Oxford, Oxford University Press. 2012. ISBN: 978-0-19-476839-9
- Hughes, J.; Mallett, A. (2012): Successful presentations. DVD and Students' Book pack. OUP, Oxford, 2012. ISBN: 978-0-19-476835-1

Német nyelv:

- Mommertz, S. :Deutsche Geschäftskommunikation, Tanulási segédlet, Szolnok, 2020
- Braunert, J., Schlenker, W.: Unternehmen Deutsch, , B1/B2 Klett kiadó, Budapest 2008. 215 oldal · ISBN: 3126757456

- Buscha A., Linthout, G.: Geschäftskommunikation-Verhandlungssprache, Hueber Kiadó, München, 120. oldal 2007. ISBN: 9783190915989

Online kiegészítő anyagok:

- <https://www.sem-deutschland.de/inbound-marketing-agentur/online-marketing-glossar/was-ist-marketing/>
- <https://www.expats-news.com/interkulturelle-kompetenzen-ausland/geschaefftsetikette-im-ausland-verstehen-39360>



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Vállalati gazdaságtan alapjai	Kódja:	WSUFGTAN532/ WSUFGTAL532
Szak megnevezése:	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
Munkarend	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Mádi László		
Oktató	Dr. Mádi László		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	45 (2+1)/18(12+6)		
Kredit	6		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

A vállalati gazdaságtan alapfogalmai, a vállalatok célrendszere, érintettjei, szervezeti keretei, profitorientált és nonprofit szervezetek. A vállalatok alapítása, működése és megszűnése. Vállalatelméletek. A vállalatok környezete. A vállalat társadalmi szerepe. Piac és piaci viszonyok. Az állam gazdasági szerepe. Az állami vállalatok jellemzői. Az alternatív közgazdaságtan és a felelős

vállalat. A globalizáció és hatása a vállalatok tevékenységére. Verseny szerepe és funkciói. Kiemelt vállalati tevékenységek legfontosabb jellemzői (marketing, innováció, termelés és szolgáltatás, logisztika, humán erőforrás gazdálkodás, pénzügyek, információ és tudásmenedzsment). Ipar 4.0 hatása a vállalati tevékenységre, annak elemeire. Vállalatirányítási rendszerek. A vállalati stratégia és megvalósításának folyamata.

Kompetenciák:

- Tisztában van a gazdálkodás-tudomány legalapvetőbb fogalmaival, elméleteivel, tényeivel, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseivel a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
- Ismeri a gazdasági szervezetek felépítését és működését.
- Képes egyéni, illetve kisvállalkozói tevékenységet megtervezni, önállóan végezni.
- Elkötelezett a minőségi munkavégzés iránt, betartja a vonatkozó szakmai, jogi és etikai szabályokat, normákat.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.
- Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Chikán Attila: Vállalatgazdaságtan. Akadémiai Kiadó. Budapest. Digitális kiadás 2020. ISBN 978 963 454 589 7
- Előadások anyaga

Ajánlott irodalom:

- Illés Mária: Vállalatgazdaságtan, Miskolci Egyetem, Miskolc, 2014. 162 p.
http://gkiweb.uni-miskolc.hu/gki/files/Illes_Maria_Vallalati_gazdasagtan_I.pdf

--	--



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Marketingkutatás módszertana	Kódja:	WSUFTTFN513/ WSUFTTFL513
Szak megnevezése:	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Gyenge Balázs		
Oktató	Dr. Gyenge Balázs		
Előtanulmányi feltételek:			
Óraszám	45(1+2)/18(6+12)		
Kredit	4		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése. A hallgatók ismerjék meg a marketingkutatás módszertanát és eszközrendszerét, lássák át a marketingkutatás folyamatának lépéseit és a marketingkutatási terv elkészítésének alapproblémáit.

Megszerzendő ismeretek:

A marketingkutatás értelmezése, folyamata. A marketing információs rendszer. A marketingkutatási terv felépítése. A marketingkutatás fajtái. A szekunder és primer információk szerepe. A kvalitatív kutatási technikák különböző eszközei (megfigyelés, fókuszcsoporthoz, kutatási interjú, mélyinterjú, projektív technikák, mapping). A kvantitatív eljárások egyes módszerei (szóbeli, írásbeli, telefonos, internetes megkérdezés, terméktesztek, kísérletek). A kérdőívszerkesztés alapelvei, az online

kérdőívtervezés sajátosságai. A kérdéstípusok, a skálák, a mérési szintek alkalmazási lehetőségei. A kvantitatív mintavétel legjellemzőbb formái.

Kompetenciák:

- Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat, illetve problémamegoldási módszereknek.
- Elméleti, fogalmi és módszertani ismeretei felhasználásával a feladatának ellátásához szükséges tényeket, adatokat összegyűjti, rendszerezi; egyszerűbb ok-okozati összefüggéseket feltár és következtetéseket von le, javaslatokat fogalmaz meg a szervezet rutin folyamataiban.
- Képes kérdőívkészítésben, piackutatásban való közreműködésre.

Oktatás módszertana:

A tantárgy interaktív előadásokra és szemináriumokra épül. Az előadások prezentációs jellegét a szemináriumok egészítik ki, melyek lehetőséget teremtenek a gyakorlati példák megvitatására, továbbá az önálló hallgatói feladatok konzultálására. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A félévvégi aláírás megszerzésének feltételeit az oktató ismerteti. A szorgalmi időszak végén a hallgatók a beadandó feladatot eljuttatják az oktatóhoz, valamint a kurzus elméleti ismeretanyagából félévzáró zárthelyi dolgozatot írnak.

Az érdemjegy az alábbiak szerint kerül kialakításra:

- beadandó feladatok (nappali): 10+40 pont
- beadandó feladat (levelező): 50 pont
- félévzáró zárthelyi dolgozat: 50 pont
- összesen szerezhető pontszám: 100 pont

Hallgatói teljesítmény értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Hoffmann M., Kozák Á., Veres Z. (2009): Piackutatás, Műszaki Könyvkiadó online kiadás: Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á. (2017): Bevezetés a piackutatásba, Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN 978 963 454 003 8
<https://mersz.hu/kiadvany/219/info/>
- Gyenge, B. (2023): A marketingkutatás alapjai. Oktatási segédlet. Wekerle Sándor Üzleti Főiskola. Budapest.

Ajánlott irodalom:

- Gyulavári T., Mitev A., Neulinger Á., Neumann-Bódi E., Simon J., Szűcs K. (2014, 2017): A marketingkutatás alapjai, Akadémiai Kiadó
online kiadás: Gyulavári T., Mitev A., Neulinger Á., Neumann-Bódi E., Simon J., Szűcs K. (2017): A marketingkutatás alapjai, Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN 978 963 059 888 0, 1-10. fejezet, <https://mersz.hu/kiadvany/240/info/>
- Malhotra N. K. (2012, 2017): Marketingkutatás, Műszaki Könyvkiadó
online kiadás: Malhotra N. K., Simon J. (2017): Marketingkutatás, Akadémiai Kiadó, Budapest, 978 963 059 867 5, II/8, 9, 10. fejezet, <https://mersz.hu/kiadvany/198/info/>
- Lehota J. (2001): Marketingkutatás az agrárgazdaságban, Mezőgazda Kiadó
- Babbie E. (1999): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó
- Scipione P. A. (1994): Piackutatás elmélete és gyakorlata, Springer Kiadó



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	LOGISZTIKAI RENDSZEREK	Kódja:	WSUFGTFN510/ WSUFGTFL510
Szak megnevezése:	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Logisztika szakirány		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Potóczki György		
Oktató	Dr. Potóczki György		
Előtanulmányi feltételek:	Logisztika		
Óraszám	30(1+1)/ 12(6+6)		
Kredit	4		
A félévzárás módja:	vizsgajegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

Rendszerelméleti alapfogalmak. A logisztikai rendszerek értelmezése, karakterisztikái, alapfelosztásai. Mikro-, makro- és metalogisztikai megoldások. Logisztikai láncok értelmezése. A logisztikai rendszerek

főbb csoportjai, fejlesztésének sajátosságai. A logisztikai tervezés folyamata, módszerei, modelljei. Folyamat- és rendszertervezés. A készletgazdálkodás, a tárolás és a raktározás szerepe a logisztikai rendszerekben (Felosztások, módok, mutatók, eljárások. Betárolás, belső árumozgatás, kitárolás, komissiózás, expedálás). Termelési- és szolgáltatási folyamatok idő- és kapacitásjellemzői. Anyagmozgató rendszerek. Áramlás- és mozgásjellemzők, teljesítőképesség. Party-logistics (PL) rendszerek. E-logisztikai sajátosságok.

Kompetenciák:

- Rendelkezik a kereskedelmi, logisztikai és marketing módszerek ismeretével és alkalmazói szinten birtokolja.
- Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit.
- Anyanyelvén és alapszinten idegen nyelven is szakmai szöveget olvas, értelmez.
- Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.

Vizsga értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Dr. Szegedi Zoltán – Dr. Prezenszky József: Logisztika-menedzsment. Kossuth kiadó, Budapest, 2012. Negyedik, átdolgozott kiadás. 5. fejezet. pp. 193-285. ISBN 978-963-09-6569-9 pp.1-475.
- Előadások anyaga

Ajánlott irodalom:

- Dr. Szegedi Zoltán: Logisztika menedzsereknek, Kossuth könyvkiadó, Budapest, 1998, ISBN 963 09 4107 4 (220 old.) Lektorálta: Tölösi Péter. Második kiadás:1999, harmadik (CD-formátumú) kiadás: 2001
- Logisztikai szakfolyóiratok, szakportálok



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	Nemzetközi ügyletek és külkereskedelmi technikák	Kódja:	WSUFGTFN507/ WSUFGTFL507
Szak megnevezése:	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Eperjesi Zoltán		
Oktató	Dr. Eperjesi Zoltán, Dr. Szalai Ibolya		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	30(0+2)/12(0+12)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

A külkereskedelem sajátosságai. A nemzetközi kereskedelem intézményi környezete. Kereskedőtípusok a nemzetközi piacon. A nemzetközi kereskedelmi szerződés előkészítése és megkötése. Személyes tárgyalás. A nemzetközi adásvételi szerződés tartalmi feltételei. Okmányok és értékpapírok a külkereskedelemben. Nemzetközi logisztika-nemzetközi szállítmányozás. Nemzetközi áru fuvarozás, nemzetközi biztosítás. Külkereskedelmi ügylet, az ügylet tárgya, szakaszai az egyes szakaszok feladatai. A külkereskedelmi ügylet típusai. Export, import, barter, kompenzációs ügylet, reexport ügylet, visszavásárlásos ügylet, viszont vásárlásos ügylet, licencia típusú ügyletek, nemzetközi bér munka ügylet, lízing ügylet. Incoterms 2000, Incoterm 2010. Incoterms 2020. EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT,

CIP, DAF, DES, DEQ, DDU, DDP, DAT, DAP ismerete, alkalmazása. Incoterms 2020. Fizetési módok és eszközök a nemzetközi kereskedelemben. Kockázat és kockázatmenedzsment a külkereskedelemben.

Kompetenciák:

- Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat-, illetve problémamegoldási módszereknek.
- Rendelkezik a kereskedelmi, logisztikai és marketing módszerek ismeretével és alkalmazói szinten birtokolja.
- Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Constantinovits Milán-Sipos Zoltán: Nemzetközi üzleti technikák. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, 2016. Digitális kiadás. ISBN: 9789630597234
https://mersz.hu/dokumentum/dj57nut_1/
- Vigh László: Az Incoterms elméleti háttéréről és a 2020-ban bevezetésre kerülő változásokról. Acta Periodika. 15. kötet. Edutus Egyetem. Tatabánya, 2018. 51-74 pp. ISSN:2063501X

Ajánlott irodalom:

- Vigh László: Külkereskedelem technika. Digitális tankönyvtár (videók).
https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/2011-0046_kulkereskedelem_technika/SCO1/Launch.html
- Constantinivits Milán: Nemzetközi kereskedelemtan. Szent István egyetemi Kiadó. Gödöllő 2013. 115 p. ISBN: 9789632693354



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	LOGISZTIKAI KONTROLLING ÉS BENCHMARKING	Kódja:	WSUFGTFN508 WSUFGTFL508
Szak megnevezése:	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Logisztika szakirány		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Potóczki György		
Oktató	Dr. Szalai Ibolya		
Előtanulmányi feltételek:	Logisztika		
Óraszám	30(1+1)/12(6+6)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

Az operatív logisztikai kontrolling rendszer elemei, felépítése Teljesítményszámítás. Költségszámítás. Költségvetés-készítés. Mutatószámok (KPI), benchmarking módszere. Az operatív logisztikai kontrolling eszközök kapcsolatrendszere. A stratégiai logisztikai kontrolling rendszer elemei, felépítése. Tevékenység alapú költségszámítás. A stratégiai logisztikai kontrolling kiterjesztése az ellátási láncra. A logisztikai kontrolling rendszerek implementációja, a kontrolling információ rendszer alapvető jellemzői. Gyakorlati alkalmazási tapasztalatok, fejlődési irányok.

Kompetenciák:

- Rendelkezik a kereskedelmi, logisztikai és marketing módszerek ismeretével és alkalmazói szinten birtokolja.
- Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit.
- Ismeri a kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos feladatokat, és ismeri a kereskedelmi tevékenységre vonatkozó alapvető jogi szabályozásokat.
- Anyanyelvén és alapszinten idegen nyelven is szakmai szöveget olvas, értelmez.
- Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Dr. Réger Béla: Benchmarking a multinacionális logisztikai menedzsmentben. http://files.mkle.net/200008220-b0b02b1a86/kl_2011_1_Elm_Dr%20R%C3%A9ger.pdf
- Logisztikai előadások anyaga, az oktató által kijelölt tartalmak.

Ajánlott irodalom:

- Dr. Chikán Attila: Vállalati versenyképesség a globalizálódó magyar gazdaságban. /szerk. Chikán Attila/Akadémiai Kiadó, Budapest, 2002; Társzerkesztők: Czakó Erzsébet és Zoltayné Paprika Zita
- <http://logisztikamenedzsment.hu/>
- www.mle.hu
- www.logisztika.com
- <http://mlszksz.hu/>
- www.logisztika.hu
- logisztika.lap.hu



TANTÁRGYI PROGRAM

WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

A TANTÁRGY ALAPADATAI

Tantárgy megnevezése:	E-kereskedelem	Kódja:	WSUFGTFN518/WSUFGTFL518
Szak megnevezése:	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Logisztika szakirány		
Munkarend:	nappali/levelező tagozat		
Ajánlott tanterv szerinti félév	2. félév		
Meghirdetés gyakorisága	mintatanterv szerint		
Tantárgy felelős	Dr. Farkas József		
Oktató	Dr. Gerják István		
Előtanulmányi feltételek:	-		
Óraszám	30(1+1)/12(6+6)		
Kredit	3		
A félévzárás módja:	félévközi jegy		

A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja: a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

Megszerzendő ismeretek:

Az E-kereskedelem szerepe és jelentősége. Az E-kereskedelem fejlődése. A hagyományos és az elektronikus kereskedelem összehasonlítása, azonosságok és különbségek. Az E-kereskedelmi vállalkozások indítása. Az E-kereskedelmi vállalkozás informatikai, gazdasági és jogi feltételei. Az e-kereskedelem biztonságtechnikai és adatvédelmi kérdései. Az E-üzletek kiépítésének szempontjai. Az e-kereskedelem ügylettípusai. A lakossági elektronikus kereskedelem (B2C) jellemzői. A vállalkozási elektronikus kereskedelem (B2B) jellemzői. Az E-kereskedelem üzleti modelljei. A honlappal kapcsolatos elvárások. Az online fogyasztói magatartás modellje és jellemzői. Az online fogyasztók szegmentálása, tömegmarketing vs. personalizáció. Hazai és nemzetközi gyakorlati példák.

Kompetenciák:

- Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit. Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra.
- Ismeri a kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos feladatokat, és ismeri a kereskedelmi tevékenységre vonatkozó alapvető jogi szabályozásokat.

- Képes egyéni, illetve kisvállalkozói tevékenységet megtervezni, önállóan végezni.
- Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.
- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.

Oktatás módszertana:

A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.

A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:

0-50%	elégtelen (1)
51-64%	elégséges (2)
65-79%	közepes (3)
80-89%	jó (4)
90-100%	jeles (5)

Kötelező irodalom:

- Bányai Edit-Novák Péter: Online üzlet és marketing. IV. fejezet. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, 2016. Digitális kiadás. ISBN: 9789630589864
- Eszes István: Digitális gazdaság. E kereskedelem marketinges szemmel. Nemzeti tankönyvkiadó Rt. Budapest, 2011. 376 p. ISBN: 9789631971392

Ajánlott irodalom:

- Fehér-Polgár Pál: A magyar B2C e-kereskedelem jelene. In: Fehér-Polgár Pál: Esettanulmány kötet. Budapest, 2019. 27-36. pp.
- Mojzes Imre-Talyigás Judit: Az elektronikus kereskedelem. Műszaki Egyetem. Budapest, 2006. 240 p. ISBN 9789634208044