

Edutus Egyetem

Duális képzési program

Kereskedelem és marketing alapszak

2022/2023. tanév

c H-2800 Tatabánya, Stúdium tér 1.

t +36 34 520 400

f +36 34 520 406

e mail@edutus.hu

c H-1114 Budapest, Villányi út 11–13.

t +36 1 450 24 20

f +36 1 883 98 58

e mail@edutus.hu

Intézményi azonosító: FI83139

www.edutus.hu

Tartalom

1. A szak alapadatai, a duális formában történő indítás célja	3
2. A tanévek időbeosztása a duális képzésben	4
3. A duális képzés keretében fejlesztendő kompetenciák	5
4. A kereskedelem és marketing alapszak mintatanterve.....	7
5. A duális képzésben érintett tárgyak tematikái – projektfeladatok	10
6. A duális képzésben részt vevő hallgatók teljesítményének értékelési rendszere.....	788
7. A duális képzés minőségbiztosítása	81

1. A szak alapadatai, a duális formában történő indítás célja

Duális formában indítandó képzés alapadatai	
<i>Intézmény neve, címe</i>	Edutus Egyetem, 2800 Tatabánya, Stúdió tér 1.
<i>Képzésért felelős szervezeti egység</i>	Gazdálkodástudományi Tanszék
<i>Képzési helyek a duális képzésben</i>	2800 Tatabánya, Béla király krt. 58. 1114 Budapest, Villányi út 11-13.
<i>Szak megnevezése</i>	kereskedelem és marketing alapszak
<i>Specializációk</i>	e-business, content marketing, nemzetközi piacok, logisztika
<i>Munkarend</i>	nappali
<i>Képzési idő / Összes kredit</i>	7 félév / 210 kredit
<i>A képzés indításának időpontja</i>	2022. szeptember vagy 2023. február
<i>Minimális és maximális létszám</i>	1-15 fő
<i>Szakfelelős</i>	Dr. Deés Szilvia, főiskolai tanár
<i>Duális képzés felelőse az intézményben</i>	Némethné Dr. Gál Andrea, főiskolai tanár
<i>Duális képzés felelőse a szakon</i>	Dr. Deés Szilvia, főiskolai tanár

Duális formában történő szakindítás célja
<p>A szak duális formában történő indításának célja olyan szakemberek képzése, akik a kereskedelem és marketing területén rendelkeznek mindazokkal az elméleti ismeretekkel, amelyekkel a szakot normál módon elvégző társaik, ugyanakkor a gyakorlati ismereteik, a szakmában való jártasságuk magasabb színvonalat képvisel. Ezt a képzés minden félévéhez hozzárendelt vállalati gyakorlat teszi lehetővé, melynek során a hallgatóknak nemcsak a szakmai kompetenciái, hanem a munkakultúrája és az adott ágazatra, vállalatra vonatkozó speciális ismeretei is fejleszthetők, segítve ezzel a munkaerőpiacon történő későbbi sikeres helytállásukat.</p>

3. A duális képzés keretében fejlesztendő kompetenciák

A duális képzésben részt vevő hallgatók kompetencia-fejlesztése olyan komplex rendszert alkot, amelynek összetevői a képzés egyes szakaszaihoz kapcsolódnak, és az adott szakaszra jellemző sajátosságokat mutatnak. A következőkben a képzési szakaszok, és a vállalati képzési szakaszon belül az egyes képzési komponensek szerint mutatjuk be a duális képzés keretében fejlesztendő kompetenciák rendszerét.

Egyetemi képzési szakaszok

Az egyetemi képzés egyes szemesztereiben a duális képzésben részt vevő hallgatók együtt végzik tanulmányaikat a normál képzés hallgatóival, ezért a képzés keretében fejlesztendő kompetenciák is azonosak a két hallgatói körben. Ezek a kompetenciák diszciplínákra lebontva a tantárgyi tematikák első oldalán (5. fejezet) találhatóak, és – a teljesség igénye nélkül – az alábbiak szerint rendszerezhetők:

Tudás	
<ul style="list-style-type: none">• a gazdaság- tudományok és azon belül az adott diszciplína alapfogalmainak, elméleteinek és összefüggésrendszerének ismerete,• a kereskedelem és marketing szakterület működési elveinek és jellemző sajátosságainak ismerete,• a szak elemzési, értékelési eljárásainak, valamint módszertani apparátusának ismerete.	
Képesség	Attitűd, autonómia és felelősség
<ul style="list-style-type: none">• kommunikációs készség (magyar és idegen nyelven)• prezentációs készség (magyar és idegen nyelven),• információgyűjtési és rendszerezési képesség (benne adatelemzési módszertanok alkalmazásának képessége),• informatikai készségek,• önálló következtések, értelmezések megfogalmazásának képessége,• önálló feladatmegoldás képessége,• csoportban való együttműködés képessége	<ul style="list-style-type: none">• nyitottság új ismeretek, információk befogadására,• minőségi feladatmegoldás iránti igényesség,• kreativitás,• projektszemlélet,• gyakorlatorientált szemléletmód,• a szakma etikai normáinak követése és közvetítése,• nyitottság együttműködésre• önálló döntéshozatal és felelősségvállalás

Vállalati képzési szakaszok

A vállalati képzési szakaszokban előtérbe kerül a gyakorlati képzés és a vállalat-specifikus ismeretek megszerzése, ennek megfelelően a kompetencia-fejlesztés konkrét tartalma és módszerei vállalatonként változhatnak. Szükségesnek tartjuk azonban egy olyan ajánlás megfogalmazását az alábbiak szerint, amelyet a vállalatok kiegészíthetnek, módosíthatnak a sajátosságaiknak megfelelően.

Képzési komponens	Szakmai kompetenciák	„Puha” készségek és munkakultúra
Vállalat-specifikus gyakorlati (esetleg elméleti) képzés	<ul style="list-style-type: none"> • az adott szakma, ágazat gyakorlatban megnyilvánuló sajátosságainak ismerete, • az adott vállalat szervezeti felépítésének, működési sajátosságainak, munkafolyamatainak ismerete, • a vállalat versenykörnyezetének ismerete, • <i>a vállalat által meghatározott további szakmai kompetenciák</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • beilleszkedés a vállalati kultúrába, alkalmazkodókészség, • munkafegyelem, pontosság, • motiválhatóság, • szakmai irányítás melletti önállóság, • csapatmunkára való alkalmasság, • kapcsolatteremtő készség, • kommunikációs készség, • problémaorientáltság, • proaktivitás, • saját munka megszervezésének képessége, időbeosztás, • minőségi munkavégzés iránti igényesség, • felelősségvállalás az elvégzett munkáért, döntésekért, • piaci verseny etikai vonatkozásainak betartása, • <i>a vállalat által meghatározott további készség és attitűd elemek</i>
Üzemi (üzleti) gyakorlat	<ul style="list-style-type: none"> • munkavédelmi (tűzvédelmi, balesetvédelmi, stb.) ismeretek, • elméleti ismeretek gyakorlati alkalmazásának képessége, • a vállalati folyamatok ismerete és az azokba való bekapcsolódás képessége, • <i>a vállalat által meghatározott további szakmai kompetenciák</i> 	
Projektfeladatok	<p>A projektfeladatok segítségével fejlesztendő szakmai kompetenciák a tantárgyi tematikák duális hallgatókra vonatkozó részében kerültek bemutatásra. (5. fejezet)</p>	

4. A kereskedelem és marketing alapszak mintatanterve

A lenti táblázat a szak teljes mintatantervét tartalmazza, ahol a „Tantárgy megnevezése” oszlopban színes kiemeléssel láthatók azok a tantárgyak (2-3 tárgy/félév), amelyek közvetlenül bekapcsolódnak a duális képzésbe. Ez azt jelenti, hogy ezekhez a tárgyakhoz az egyetem és a vállalati partnerek által közösen megfogalmazott és jóváhagyott projektfeladatok kapcsolódnak, amelyeket a hallgatók az adott félévet követő vállalati gyakorlat időtartama alatt készítenek el, értékelésük pedig a tematikákon (5. fejezet) feltüntetett módon történik. Az egyes „duális tárgyak” tematikáin az is látható, ha a projektfeladatok megoldásához az adott tárgyon kívül egyéb, az adott vagy a korábbi félévekben tanult tárgyak ismeretanyagát is fel kell használni, így tehát – közvetett módon – a kiemelt tárgyak mellett egyéb tárgyak is bekapcsolódnak a duális képzésbe.

Edutus Egyetem								Intézményi kód: FI83139	
Elsőként a 2022/2023. tanévben beiratkozók számára.									
Kereskedelem és marketing alapszak nappali és levelező tagozat Szakfelelős: Dr. Deés Szilvia									
Kötelező tárgyak									
Minden hallgatónak kötelező teljesítenie e tantárgycsoport minden egyes tárgyát a tanulmányai során.									
DUÁLIS TÁRGYAK									
Előfeltételek		Tantárgy megnevezése	Heti óraszám		Kredit	Követel- mény	Mo- dul	Tanszék	
1.	2.		Elm.	Szem.					
I. félév									
		Gazdasági matematika I.	1	3	5	5 gyj	A1	KMA	
		Informatika	0	2	3	5 gyj	A1	KMA	
		Közgazdaságtan I. - Mikroökonómia	2	2	5	5 k	A2	KMA	
		Általános és gazdasági jog	3	0	4	5 k	A3	KMA	
		Vállalati gazdaságtan	1	2	5	5 k	A3	GTT	
		Üzleti és szakmai kommunikáció	1	2	5	5 gyj	A3	NYK	
Nyelvi szintfelmérő		Gazdasági szaknyelv I.	0	4	2	5 gyj	A3	NYK	
Összesen (7 tárgy):			8	15	29				
II. félév									
		Gazdasági matematika II.	1	3	5	5 gyj	A1	KMA	
		Statisztika I.	1	2	5	5 gyj	A1	KMA	
		Közgazdaságtan II. - Makroökonómia	2	2	5	5 k	A2	KMA	
Vállalati gazdaságtan		Pénzügy	2	0	3	5 k	A2	GTT	
		Marketing	1	2	5	5 k	A3	GTT	
Vállalati gazdaságtan		Vezetés, szervezés	1	2	5	5 k	A3	GTT	
Gazdasági szaknyelv I.		Gazdasági szaknyelv II.	0	4	2	5 gyj	A3	NYK	
Összesen (7 tárgy):			8	15	30				
III. félév									
Statisztika I.		Statisztika II.	1	2	5	5 gyj	A1	KMA	
		Nemzetközi gazdasági ismeretek	2	0	4	5 k	A2	GTT	
Vállalati gazdaságtan		Számvitel I.	2	2	5	5 k	A3	GTT	
Vállalati gazdaságtan		Logisztika	1	2	5	5 k	A3	GTT	
		EU tanulmányok	2	0	3	5 k	B	GTT	
Marketing		Marketingkutatás	1	2	5	5 gyj	C1	GTT	
		Kötelezően választható 1. tárgyak	2	0	3		B		
Összesen (7 tárgy):			11	8	30				
IV. félév									
Informatika	Statisztika II., Gazdasági matematika II.	Alkalmazott informatika	0	2	3	5 gyj	A1	KMA	
Pénzügy	Számvitel I.	Vállalati pénzügy	1	2	5	5 gyj	C1	GTT	
Vezetés, szervezés		Emberi erőforrás gazdálkodás és menedzsment	0	2	3	5 gyj	C1	GTT	
Marketing		Termékfejlesztés, termékpolitika	1	2	5	5 k	C1	GTT	
Marketing		Fogyasztói és szervezeti vásárlási magatartás	1	2	5	5 gyj	C1	GTT	
		Szabadon választható 1. tárgyak	0	2	3		C2		
		Specializáció tárgyak 1.	2	1	4		C3		
Összesen (7 tárgy):			5	13	28				

V. félév								
Vezetés, szervezés	Vállalati pénzügy	Stratégiai és üzleti tervezés	1	2	5	5 gj	C1	GTT
Marketing		Kommunikáció és média	1	2	5	5 k	C1	GTT
Marketing		Költségelemzés és árképzés	1	2	5	5 k	C1	GTT
		Kötelezően választható 2. tárgyak	2	0	3	5k	B	
		Szabadon választható 2. tárgyak	0	2	4		C2	
		Specializáció tárgyak 2.	1	2	4		C3	
		Specializáció tárgyak 3.	1	2	4		C3	
		Összesen (7 tárgy):	7	12	30			
VI. félév								
Közgazdaságtan II. - Makroökonómia		Környezetgazdaságtan	2	0	3	5 k	A2	KMA
Marketing		Marketingtervezés	1	2	4	5 gj	C1	GTT
Nemzetközi gazdasági ismeretek		Külkereskedelem- és értékesítéstechnika	2	2	5	5k	C1	GTT
		Kötelezően választható 3. tárgyak	2	0	3	5k	B	
		Szabadon választható 3. tárgyak	0	2	3		C2	
		Specializáció tárgyak 4.	1	2	5		C3	
		Specializáció tárgyak 5.	1	2	5		C3	
		Specializáció tárgyak 6.	1	2	5		C3	
	C modulból min. 38	Szakszeminárium I.	0	2	krit	2 ai	D	GTT
		Összesen (9 tárgy):	10	14	33			
Oktatási félévekben szereshető összes kreditpont (44 tárgy):					180			
VII. félév								
Szakmai szigorlat*	Szakszeminárium I.	Szakszeminárium II.	0	2	krit	2 ai	D	együtt kell felvenni
Szakmai szigorlat*	Szakszeminárium I.	Szakedolgozat**			10	2 besz	D	
Szakmai szigorlat*	C modulból min. 60 kredit	Szakmai gyakorlat	12 hét (400 óra)		20	3 besz	D	
		Összesen (1 tárgy):	0	2	30			
Alapszak összes heti/féléves óraszama és kreditpontja (45 tárgy):					49	79	210	
I-IV. félévekben egy félév		Testnevelés	0	2	krit	2 ai		NYK
* Szigorlati tárgyak: Marketingkutató, Termékfejlesztés, termékpolitika, Kommunikáció és média, Költségelemzés és árképzés, Külkereskedelem- és								
** A szakdolgozat érdemjegyét a Záróvizsga Bizottság állapítja meg.								
Specializációk tantárgyai								
Minden hallgató köteles a választott specializáció valamennyi tárgyát teljesíteni: 27 kredit								
Specializáció felelős: Dr. Duga Zsófia								
E-business specializáció								
Előfeltételek		Tantárgy megnevezése	Heti óraszám		Kredit	Követelmény	Modul	Tanszék
1.	2.		Elm.	Szem.				
IV. félév								
Marketing		E-üzlet és kereskedelem	2	1	4	5 k	C3	GTT
V. félév								
E-üzlet és kereskedelem		Vállalati menedzsment online környezetben	1	2	4	5 gj	C3	GTT
E-üzlet és kereskedelem		Online társadalom és virtuális közösségek	1	2	4	5 gj	C3	GTT
VI. félév								
Vállalati menedzsment online környezetben		E-business esettanulmányok	1	2	5	5 gj	C3	GTT
		Online marketing és e-kommunikáció	1	2	5	5 gj	C3	GTT
Alkalmazott informatika		Big data menedzsment	1	2	5	5 gj	C3	KMA
Specializáció felelős: Dr. Vigh László								
Nemzetközi piacok specializáció								
Előfeltételek		Tantárgy megnevezése	Heti óraszám		Kredit	Követelmény	Modul	Tanszék
1.	2.		Elm.	Szem.				
IV. félév								
Nemzetközi gazdasági ismeretek		Nemzetközi vállalatok működése	2	1	4	5 k	C3	GTT
V. félév								
Informatika		Business Intelligence	1	2	4	5 gj	C3	GTT
Nemzetközi vállalatok működése		Vállalatok a globális térben	1	2	4	5 gj	C3	GTT
VI. félév								
Vállalatok a globális térben		Projektmunka nemzetközi vállalatoknál	1	2	5	5 k	C3	GTT
Vállalatok a globális térben		Nemzetközi vállalati esettanulmányok	1	2	5	5 gj	C3	GTT
Business intelligence		Vállalatirányítási információs rendszerek	1	2	5	5 k	C3	GTT

Előfeltételek		Tantárgy megnevezése	Heti óraszám		Kredit	Követelmény	Modul	Tanszék
1.	2.		Elm.	Szem.				
Specializáció felelős: Dr. Deés Szilvia								
Content marketing specializáció								
IV. félév								
Üzleti és szakmai kommunikáció		Kommunikáció és pszichológia	2	1	4	5 k	C3	GTT
V. félév								
Kommunikáció és pszichológia		Integrált vállalati kommunikáció	1	2	4	5 k	C3	GTT
Marketing		A content marketing eszköztára	1	2	4	5 k	C3	GTT
VI. félév								
A content marketing eszköztára		Content marketing esettanulmányok	1	2	5	5 gyj	C3	GTT
		Online marketing és e-kommunikáció	1	2	5	5 gyj	C3	GTT
A content marketing eszköztára		Tartalom alapú marketing stratégiák	1	2	5	5 k	C3	GTT
Specializáció felelős: Dr. Lakatos Péter								
Logisztika specializáció								
IV. félév								
Logisztika		Ellátásilánc menedzsment alapjai	2	1	4	5 k	C3	GTT
V. félév								
Logisztika		Beszerezés	2	1	4	5 gyj	C3	GTT
Logisztika		Szállítványozás, fuvarozás	1	2	4	5 gyj	C3	GTT
VI. félév								
Beszerezés		Készletgazdálkodás tervezés és elemzés	1	2	5	5 gyj	C3	GTT
Ellátásilánc menedzsment alapjai		Nemzetközi ellátásilánc-menedzsment	1	2	5	5 gyj	C3	GTT
Logisztika		Logisztikai esettanulmányok	1	2	5	5 gyj	C3	GTT
Megjegyzések:	MODUL							
	TÖRZSTÁRGYAK							
	Módszertani alapoó tárgyak	A1						
	Közgazdaságtani alapoó tárgyak	A2						
	Üzleti alapoó tárgyak	A3						
	Társadalomtudományi ismeretek	B						
	Szakmai ismeretek: szakmai törzstárgyak	C1						
	NEM TÖRZSTÁRGYAK							
	Szakmai ismeretek: szabadon választható tárgyak	C2						
	Szakmai ismeretek: specializációk tárgyai	C3						
	Képzés lezárásához kapcsolódó teljesítmények	D						
	KÖVETELMÉNY							
	kétfokozatú értékelés	2						
	háromfokozatú értékelés	3						
	ötffokozatú értékelés	5						
	gyakorlati jegy	gyj						
	kollokvium	k						
	aláírás	ai						
	beszámoló	besz						
	kritérium követelmény	krit						
	TANSZÉK							
	Gazdálkodástudományi Tanszék	GTT						
	Közgazdasági és Módszertani Alapoó Tanszék	KMA						
	Nyelvi és Kommunikációs Tanszék	NYK						
	Turizmus Tanszék	TUR						

5. A duális képzésben érintett tárgyak tematikái – projektfeladatok

Az alábbi tantárgyi tematikák a duális képzésbe közvetlenül bekapcsolódó tárgyak programját tartalmazzák. A tematikák első részében a normál és a duális hallgatókra egyaránt vonatkozó információk találhatóak, a második része pedig a duális képzésben részt vevő hallgatókra vonatkozó specifikumokat tartalmazza. Ez utóbbi részben találhatóak azok a *projektfeladatok*, melyek a képzésbe bekapcsolódó cégekkel egyeztetve kerültek megfogalmazásra, és amelyeket a hallgatóknak az adott tárgy mintatanterv szerinti szemeszterét követő gyakorlati időszakban kell elkészíteniük.

Kötelező tárgyak

A tárgy címe:	magyarul	Informatika			Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Informatics				
Oktatás nyelve:	magyar				Kreditpont:	3
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 0	gyakorlat: 2	labor: 0		
	levelező (óra/félév)	előadás: 0	gyakorlat: 8	labor: 0		
Előfeltételi tárgy(ak):	-					
Felelős tanszék:	Közgazdasági és Módszertani Alapozó Tanszék					
Tárgyfelelős:	T. Nagy Judit				beosztása:	főiskolai adjunktus
Oktató(k):	Szabó Tünde, T. Nagy Judit					
A tárgy célja:	A tantárgy célja a gazdasági életben leginkább használt irodai alkalmazások bemutatása, felhasználási területeik és alkalmazási módjuk megismertetése. A tárgy konkrét feladatok megoldására helyezi a hangsúlyt táblázatkezelő, adatbázis-kezelő, szövegszerkesztő és prezentációs programok segítségével.					
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	Biztonságosan használja egy operációs rendszer alapszolgáltatásait, a szövegszerkesztő, táblázatkezelő, prezentációkészítő programokat.				
	képesség	A kurzus elvégzése után a hallgatóknak képeseknek kell lenniük a gyakorlatban előforduló feladatok megoldásához a legmegfelelőbb program kiválasztására, és abban készségszinten a feladatok lehető leghatékonyabb megoldására is. A tárgy nagyban hozzájárul a következő képességek fejlesztéséhez: elemző képesség, logikus gondolkodás, problémamegoldás, rendszerszemlélet.				
	attitűd	A hallgató nyitott az új ismeretek, módszertanok befogadására, munkája minőségével szemben igényes, csoportos munka során együttműködő és konstruktív.				
	autonómia és felelősség	A kiadott feladatot képes önállóan végrehajtani. Felelősséggel végzi saját munkáját és felelősséget vállal érte.				
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Táblázatkezelés: <ol style="list-style-type: none"> 1.1. formázások, adatformátumok, relatív, abszolút és vegyes hivatkozások, automatikus kitöltés, feltételes formázás, ablaktábla rögzítése, képletmásolás; 1.2. függvények alkalmazása gazdasági számításokban: dátumkezelő, matematikai függvények, 1.3. statisztikai, kereső, logikai függvények, 1.4. adatbázis függvények, 1.5. pénzügyi függvények, szövegkezelő függvények. 					

	<p>1.6. Szűrés, rendezés. Grafikonok létrehozása. Nyomatási beállítások a táblázatkezelőben. Adatátvitel más felhasználói szoftverekbe.</p> <p>2. Prezentációkészítés: A jó prezentációk ismérvei és alkalmazásuk egyéni módja. Diaminta, stílusok, animációk, áttűnések, objektumok kezelése. Nyomatási beállítások a prezentációkészítőben. Adatátvitel más felhasználói szoftverekbe.</p> <p>3. Szövegszerkesztés (Hivatalos dokumentumok szerkesztése):</p> <p>3.1. Tanulmányok formai követelményei és előállításuk - stílusok létrehozása és alkalmazásuk, tartalomjegyzék, tárgymutató, ábrajegyzék készítése,</p> <p>3.2. Fedlap létrehozása, oldalszámozás, szakaszok definiálása, táblázatok használata.</p> <p>3.3. Objektumok kezelése: kép, diagram, szervezeti diagram, WordArt, egyenlet, szabadkézi rajzok.</p> <p>3.4. A hivatalos levél szabványformájának reprodukálása. Kördokumentumok készítése. Adatátvitel más felhasználói szoftverekbe.</p>	
Oktatási módszerek:	nappali:	<p><u>Szeminárium:</u> Célja az irodai alkalmazások konkrét feladatokon történő gyakorlása, a hallgatók által a gyakorlatból hozott problémák megbeszélése. Egy-egy téma általános ismertetése után a hozzá kötődő feladatlappal számítógépen a gyakorlati alkalmazás megismerése. Projektor használata a közös feldolgozáskor. További gyakorló feladatok az önálló és az otthoni munkához.</p> <p>Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás a hallgatók bekapcsolásával, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek alkalmazása a gyakorló, összefoglaló órákon, kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása.</p>
	levelező:	<p><u>Szeminárium:</u> Célja az irodai alkalmazások konkrét feladatokon történő gyakorlása, a hallgatók által a gyakorlatból hozott problémák megbeszélése. Egy-egy téma általános ismertetése után a hozzá kötődő feladatlappal számítógépen a gyakorlati alkalmazás megismerése. Projektor használata a közös feldolgozáskor. További gyakorló feladatok az önálló és az otthoni munkához.</p> <p>Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás a hallgatók bekapcsolásával, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek (pl. mozaikmódszer) alkalmazása a gyakorló, összefoglaló órákon, kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása.</p>
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	gyakorlati jegy
	nappali:	<p><u>A félévi munka elfogadásának feltétele:</u> A szemináriumokon való részvétel, ahol legfeljebb három hiányzás megengedett (igazolt, ill. igazolatlan összesen). Az ennél többet hiányzó hallgató aláírást és jegyet sem kaphat.</p> <p><u>Számonkérés módja:</u> A félév folyamán három részvizsga megírására kerül sor:</p> <ul style="list-style-type: none"> számítógépes zárthelyi dolgozat Excel ismeretekből (40 pont), számítógépes zárthelyi dolgozat Word ismeretekből (40 pont), egy beadandó Power Point prezentáció (20 pont). <p>A szorgalmi időszak utolsó hetében egy részdolgozat pótolható, illetve újrírható (rontani is lehet).</p>
	levelező:	<p><u>Számonkérés módja:</u> A félév folyamán három részvizsga megírására kerül sor:</p> <ul style="list-style-type: none"> számítógépes zárthelyi dolgozat Excel ismeretekből (40 pont), számítógépes zárthelyi dolgozat Word ismeretekből (40 pont), egy beadandó Power Point prezentáció (20 pont). <p>A szorgalmi időszak utolsó hetében egy részdolgozat pótolható, illetve újrírható (rontani is lehet).</p>
	osztályozás:	Osztályozás: a jegy a három rész összpontszáma alapján alakul ki: 0 - 59: elégtelen, 60 - 69: elégséges, 70 - 79: közepes, 80 - 89: jó, 90 - 100: jeles.

	Az elégtelen gyakorlati jegy a vizsgaidőszak első két hetében egyszer javítható (gyakorlati jegy javító vizsga). Ekkor a korábban szerzett pontszámok felhasználhatók, tetszőleges részek újraírhatók. Az utóvizsgára a Neptunban kell jelentkezni.
Kötelező irodalom:	1. A Neptun/Moodle/Coospace rendszerbe feltöltött tananyagok.
Ajánlott irodalom:	1. Bártfai Barnabás: Office 2010, BBS-Info 2011, ISBN 9789639425729 2. Az MS OFFICE 2010 Sűgőja 3. http://office.microsoft.com/en-us/training/e-books-for-microsoft-office-2010-HA102728295.aspx 4. http://office.microsoft.com/hu-hu/support/oktatas-FX010056500.aspx

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>1.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Készítsen 10-15 diából álló prezentációt, mely röviden bemutatja az Önt foglalkoztató vállalatot. A prezentáció tartalmazzon szöveget, képet, táblázatot, diagramot és hiperhivatkozást, valós adatokkal. • Tervezzen egyéni háttérteret, mely illeszkedik a cég arculatához. A háttér tartalmazhat például képet, logót, egyéni szerkesztésű alakzatokat, dátumot, szöveget/szövegdobozt, diaszámot. • Alkalmazzon animációt az egyes diákra, valamint a diák objektumainak megjelenítésére. • Ügyeljen rá, hogy a prezentáció teljesítse a szükséges formai követelményeket, betűméret, betűtípus, színek és az egy dián szereplő információk mennyisége tekintetében. <p>2.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Készítsen prezentációt, mely a vállalat szervezeti felépítését mutatja be. • A prezentáció alapja a vállalat szervezeti diagramja legyen. • A szervezeti diagram egyes részeit külön-külön mutassa be, melyhez szöveget (vagy egyéb objektumokat) is alkalmazhat. • Tervezzen egyéni háttérteret, mely illeszkedik a cég arculatához. A háttér tartalmazhat például képet, logót, egyéni szerkesztésű alakzatokat, dátumot, szöveget/szövegdobozt, diaszámot. • Alkalmazzon animációt az egyes diákra, valamint diák objektumainak megjelenítésére. • Ügyeljen rá, hogy a prezentáció teljesítse a szükséges formai követelményeket, betűméret, betűtípus, színek és az egy dián szereplő információk mennyisége tekintetében. <p>3.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Készítsen legalább 5 Excel-diagramot, melyek segítségével bemutatja az Önt foglalkoztató vállalatot. • A diagramokat egy munkafüzetbe, annak első 5-10 munkalapjára helyezze el úgy, hogy minden diagram új munkalapra kerüljön. • A diagramok alapjául szolgáló adatsorokat is külön-külön munkalapra helyezze, megformázott táblázatokba. • A diagramok tartalmazzanak címet, tengely címet/címeket (mértékegységgel), szükség esetén tengelyfeliratot/tengelyfeliratokat és adatsor elnevezést/elnevezéseket.
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Ügyeljen arra, hogy az adatsornak megfelelő diagramtípust válasszon. A diagramtípusok változatosak legyenek, ábrázolhatnak például összetételt, időbeli alakulást, összehasonlítást, vagy megjeleníthetik több adatsor kapcsolatát is. <p>4.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Készítsen kördokumentumot: körlevelet (meghívó, értesítés). • A levélhez készítsen előfejet, amely a cég adatait (név, cím, elérhetőség, stb.) és a logóját is tartalmazza. • A címzettek listáját (a cég dolgozói, ügyfelei, vagy alvállalkozói) Excelben készítse el. A címzettlista legalább 20 elemet és legalább 4 mezőnevet tartalmazzon. • Ügyeljen rá, hogy a levél teljesítse a szükséges formai és tartalmi követelményeket. • Ehhez a feladathoz 3 fájlt kell beadnia: címlzettelista (Excel), egyesítés előtti kördokumentum (törzsdokumentum), mezőnevek beszúrásával (Word), egyesítés utáni és külön szerkeszthető kördokumentum (Word). <p>5.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Készítsen munkaidő (vagy pl. kiküldetés) nyilvántartására alkalmas táblázatot (Excel), • A táblázat legyen alkalmas a következő adatok rögzítésére: név, részleg, érkezés ideje (kiküldetés kezdete), távozás ideje (kiküldetés vége), órabér (napidíj), • Legalább 30 sort töltsön fel adatokkal, • A bevitt adatok alapján képlettel számítsa ki: <ul style="list-style-type: none"> ○ a munkában (kiküldetésben) töltött órák (napok) számát, ○ a munkában (kiküldetésben) töltött órák (napok) száma hány százalékát teszi ki az adott időszakra eső kötelező munkaidőnek, az adatokat egy tizedes jegy pontosságú százalék formátumú adatként jelenítse meg, ○ a munkadíjat (kiküldetési díjat), a kiszámolt értékeket a megfelelő pénznem formátumban jelenítse meg, • A táblázat nyomtatott formában is használható legyen (üresen is, kézi kitöltésre): <ul style="list-style-type: none"> ○ megfelelő oldaltájolás, margók beállítása, ○ formázás, szegélyezés, ○ az előfej tájékoztató adatokat tartalmazzon (pl.: időszak), az élőlábba kerüljön az oldalszám. <p>6.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Készítse el a cég termékeit/szolgáltatásait leíró adatokat tartalmazó táblát (Excel), • Legalább 30 sora és 6 oszlopa legyen, (pl. termékek esetén az oszlopok lehetnek: megnevezés, kód (cikkszám), gyártó, forgalmazó, ár, kategória, tömeg, stb.), • Az adatbevitel könnyítése és a bevitel során keletkező hibák számának csökkentése érdekében alkalmazzon adatérvényesítést: feltétel a bevihető adatokra, lenyíló listák alkalmazása, hibás bevitel esetén figyelmeztető üzenetek megjelenítése, • Bizonyos adatokat feltételes formázással emeljen ki, • Készítsen több (legalább 3) kisebb táblát bizonyos feltételnek megfelelő adatok (pl.: gyártónként vagy forgalmazónként, stb.) kiszűrésével, ezeket külön-külön munkalapokra helyezze át, a munkalapfüleket a tartalomnak megfelelő névvel lássa el, • Külön munkalapra készítsen kördiagramot valamely (arra alkalmas) adat ábrázolására, százalékosan is jelenítse meg az értékeket a diagramon. (pl.: melyik gyártóhoz hányféle termék tartozik, és ez hány százaléka az egésznek). <p>7.)</p> <p>A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
<p>A feladat megoldásának formai követelményei</p>	<p>A választott feladat megoldását elektronikus fájl formájában (a feladat által meghatározott programmal) kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára.</p>

	A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<ul style="list-style-type: none"> • Önálló adat- és információgyűjtés • Rendszerezési- és elemzőképesség • Algoritmikus- logikus gondolkodás, problémamegoldás, rendszerszemlélet • Esztétikai-művészeti tudatosság és kifejezőképesség
A feladat által érintett további tantárgyak	-
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Vállalati gazdaságtan		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Introduction to Business			
Oktatás nyelve:				Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor:	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor:	
Előfeltételi tárgy(ak):	-				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Bartók István			beosztása:	egyetemi docens
Oktató(k):	Dr. Bartók István				
A tárgy célja:	A tantárgy célja a gazdaság szereplőinek megismerése, különös tekintettel az üzleti vállalkozások között is kiemelkedő jelentőségű forma: a vállalatok működési módjának és a működést befolyásoló tényezők feltárására.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	Ismeri és érti a gazdálkodási folyamatok irányításának, szervezésének és működtetésének alapelveit és módszereit.			
	képesség	Tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg.			
	attitűd	Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.			
	autonómia és felelősség	Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Üzleti vállalkozás, vállalat 2. Környezet, piac, gazdaság 3. Vállalkozás létrehozása, kis- és közepes vállalkozások 4. A vállalat társadalmi felelőssége 5. Stratégia, üzleti terv 6. Fogyasztó, marketing 7. Termék, innováció 8. Disztribúció, promóció 9. Információ, kommunikáció 10. Számvitel 11. Finanszírozás, pénzügyek 12. Termelés, szolgáltatás, logisztika 13. Emberi erőforrás, motiváció 14. Menedzsment, emberi erőforrás menedzsment 15. Szervezeti struktúra 				
Oktatási módszerek:	nappali:	A tantárgy keretében előadások és szemináriumok váltják egymást az egymást követő heteken. Az előadások elsődleges szerepe a tananyag összefüggéseinek megvilágítása és a tananyag feldolgozásának megkönnyítése. Az előadáson elhangzottak a tárgy szerves részét képezik; így a számonkérés során is megjelennek. Az előadások írásbeli anyagai és a tárgyhoz tartozó számos egyéb segédanyag elérhető a Neptun MeetStreeten. Az előadások interaktívak: a hallgatók aktív részvételére számítunk. A szemináriumok feladata a tananyag elsajátítása során felmerülő kérdések közös megbeszélése és tisztázása; valamint a tárgyhoz kötődő ismeretek és készségek fejlesztése. A szemináriumok elsősorban a hallgatóknak adnak terepet, hogy kifejthessék álláspontjukat, ismertethessék szakmai nézeteiket, bemutathassák			

		<p>megoldásaikat, megoszthassák tudásukat kollégáikkal. A szemináriumok keretében sor kerül esetek közös megoldására, lehetőség nyílik rövidebb előadások, prezentációk megszervezésére. A szemináriumokon történik meg a kiadott házi feladatok megbeszélése. Az előadások időpontjában félév közti zárthelyik keretében ellenőrizzük a tananyag elsajátítása során elért haladást. A tárgy anyagához kapcsolódó aktuális kérdések megvitatását szolgálja a vállalati gazdaságtan blog, mely a tárgy minden hallgatójának lehetőséget biztosít a megszólalásra. A tárgy eredményes elsajátítását nagymértékben könnyíti a rendszeres közös készülés, a feladatok közös megbeszélése kiscsoportos (8-10 fős) tanulókörökben.</p>
	levelező:	<p>A tantárgy keretében előadások és szemináriumok segítségével történik meg a tárgy ismeretköreinek feldolgozása és a tárgyhoz kapcsolódó készségek fejlesztése.. Az előadások elsődleges szerepe a tananyag összefüggéseinek megvilágítása és a tananyag feldolgozásának megkönnyítése. Az előadáson elhangzottak a tárgy szerves részét képezik; így a számonkérés során is megjelennek. Az előadások írásbeli anyagai és a tárgyhoz tartozó számos egyéb segédanyag elérhető a Neptun MeetStreeten. Az előadások interaktívak: a hallgatók aktív részvételére számítunk. A szemináriumok feladata a tananyag elsajátítása során felmerülő kérdések közös megbeszélése és tisztázása. A szemináriumok elsősorban a hallgatóknak adnak terepet, hogy kifejthessék álláspontjukat, ismertethessék szakmai nézeteiket, bemutathassák megoldásaikat, megoszthassák tudásukat kollégáikkal. A szemináriumok keretében sor kerül esetek közös megoldására, lehetőség nyílik rövidebb előadások, prezentációk megszervezésére. A tárgy eredményes elsajátítását nagymértékben könnyíti a rendszeres közös készülés, a feladatok közös megbeszélése kiscsoportos (8-10 fős) tanulókörökben.</p>
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	Kollokvium
	nappali:	<p>30% Kettő félévközi zárthelyi 30% Csoportos házi feladat megoldása kettő alkalommal 20% Év végi vizsga a vizsgaidőszakban kijelölt időpontokban Jelenlét (10%), csoportos előadás tartása (5%), előadáskérdés megválaszolása (5%)</p>
	levelező:	<p>50% Írásbeli vizsga a vizsgaidőszakban kijelölt időpontokban 50% Házi feladat elkészítése és beadása a vizsgaidőszak kezdetéig</p>
	osztályozás:	60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles.
Kötelező irodalom:		<ol style="list-style-type: none"> 1. Bartók István: Vállalati gazdaságtan. Edutus Egyetem. Tatabánya. 2013. 2. Chikán Attila: Bevezetés a vállalat gazdaságtanba Aula Kiadó Budapest. 2010.
Ajánlott irodalom:		<ol style="list-style-type: none"> 1. Schmalen, Helmut: Általános üzleti gazdaságtan, Axel-Springer Budapest Kiadó, 2002 2. Ebert, Ronald J. – Griffin, Ricky. J: Business Essentials. Pearson. Boston. 2013. 3. Hughes, Robert J. – Pride, William M – Kapoor, Jack R.: Business Foundations. South Western. Cengage Learning. 2011. 4. dr. Barancsi Éva - dr. Horváth Judit - dr. Szennyessy Judit: Vállalkozás gazdaságtan, Tri-mester Kiadó, Tatabánya, 2001.

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none">1. A vállalat társadalmi felelőssége Mutassa be a vállalatot jellemző értékeket. Ismertesse a vállalat hosszú távú főbb céljait. Ismertesse milyen formában kommunikálja a vállalat a követett értékeket. Mutassa be a vállalat etikai kódexét és felelősségi jelentését.2. Környezet, piac, gazdaság Mutassa be a vállalat üzleti környezetének jellemzőit. Alkalmazza a tágabb környezet jellemzésére a PESTEL modellt. Írja le a vállalat főbb versenytársait. Jellemezze a versenyt meghatározó erőket az iparágban.3. A vállalat formája, tulajdonosi struktúrája, stratégiája Ismertesse a vállalat alapvető jellemzőit. Mutassa be a vállalat jogi formáját és jellemezze a társaság szerveinek működését. Ismertesse a vállalat tulajdonosi struktúrájának jellemzőit. Mutassa be a vállalat által követett stratégia fő jellemzőit.4. A vállalat vásárlói, marketingkutatás, a termékek Jellemezze a vállalat jelenlegi és potenciális vevőit, bemutatva főbb tulajdonságait. Ismertesse a vállalkozás kiválasztott célcsoportjának fő jellemzőit. Mutassa be a vállalkozás termékeit kitérve a hasznosság csomagok részletes bemutatására.5. Marketingstratégia, ár, értékesítés, reklám Mutassa be a vállalat marketingstratégiájának fő elemeit a 4 P modell alkalmazásával. Ismertesse a vállalat termékpolitikáját. Mutassa be az árazás logikáját és alkalmazott módszereit. Mutassa be, miként szervezi meg az értékesítést a vállalat. Ismertesse a vállalat által alkalmazott kommunikációs mixet.6. Információ, kommunikáció Ismertesse a vállalatnál alkalmazott kommunikációs rendszereket. Mutassa be milyen információs rendszereket alkalmaz a vállalat működése megszervezésére. Ismertesse a vállalatnál alkalmazott főbb szoftverek jellemzőit.7. Termelés, szolgáltatás, logisztika Mutassa be a vállalat telephelyeit és ismertesse a telephely megválasztásának szempontjait. Ismertesse a termelés vagy szolgáltatás előállításának logikáját. Mutassa be az alkalmazott technológiákat és az alkalmazott üzemszervezési elveket. Mutassa be a vállalat logisztikai rendszerének jellemzőit.8. Számvitel, finanszírozás Mutassa be a vállalat jövedelmi helyzetét az Eredménykimutatás elemeinek elemzése révén. Jellemezze a vállalat vagyoni helyzetét a mérleg fontosabb tételeinek elemzésével. Ismertesse a vállalatnál zajló pénzügyi folyamatokat a Pénzáramlás kimutatás segítségével. Milyen eszközöket alkalmaz a vállalat finanszírozása biztosítására?9. Szervezet, menedzsment, Ismertesse a vállalat szervezeti jellemzőit. Mutassa be a vállalat alkalmazotti és vezetői körének fő jellemzőit területek szerint. Ismertesse hogy épül fel és hogyan működik a vállalat vezetése.
-------------------------	--

	<p>10. Emberi erőforrások Ismertesse a vállalat emberi erőforrás kezelésének alapelveit. Mutassa be a felvétel és kiválasztás rendszerét. Ismertesse a vállaltnál alkalmazott képzések, továbbképzések rendszerét. Ismertesse a vállaltnál alkalmazott javadalmazási rendszert. Mutassa be, milyen módon kezeli a vállalat a munkakapcsolatokat.</p> <p>11. A vállalat által megfogalmazott és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló információgyűjtésre, kutatómunkára való alkalmasság, az információk rendszerezésének és az elméleti modellek gyakorlati alkalmazásának képessége, önálló véleményalkotás, kreatív gondolkodás.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	-
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Statisztika I.		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Statistics I.			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	-				
Felelős tanszék:	Közgazdasági és Módszertani Alapozó Tanszék				
Tárgyfelelős:	Némethné Dr. Gál Andrea PhD			beosztása:	főiskolai tanár
Oktató(k):	Brunner Zsuzsanna, Némethné Dr. Gál Andrea, Piroska László				
A tárgy célja:	A tantárgy célja a gazdasági életben leginkább használt leíró statisztikai mutatók és elemzési eljárások megismertetése, az egyes módszerek felhasználási területeinek, valamint gyakorlati alkalmazási módjának bemutatása. Ennek során nagy hangsúlyt fektetünk az eredmények szakmailag pontos értelmezésére, elemzésére.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A tárgy elvégzése után a hallgatók ismerik a gyakorlatban előforduló statisztikai jellegű tartalmak (adatok, táblák, ábrák, mutatók) szakmailag korrekt értelmezésének és felhasználásának módját; ismerik a statisztikai adathalmazok rendszerezésének, áttekinthető megjelenítésének módszereit; ismerik az alkalmazható elemzési módszerek helyes kiválasztásának kritériumait, az elemzések elvégzésének és az eredmények értelmezésének módját.			
	képesség	A hallgatók képesek a statisztikai jellegű információigényük szabatos megfogalmazására a tanult statisztikai adatelemzési módszerek problémamentes alkalmazására mind más tárgyak tanulása, mind önálló feladataik (pl. házi dolgozat, szakdolgozat készítése), mind későbbi munkájuk során. A tárgy nagyban hozzájárul a következő képességek fejlesztéséhez: rendszerben gondolkodás, lényegkiemelés, összefüggések meglátása.			
	attitűd	A hallgató nyitott az új ismeretek, módszertanok befogadására, munkája minőségével szemben igényes, csoportos munka során együttműködő és konstruktív.			
	autonómia és felelősség	A hallgató képes az önálló problémafelismerésre, véleményalkotásra és érvelésre a szakmai etika és felelősségvállalás normáinak betartása mellett.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A statisztika fogalma, feladatai. Sokaságok (álló-mozgó, diszkrét-folytonos-aggregált, véges-végtelen) és ismérvek (minőségi-mennyiségi-területi-időbeli) jellemző. Mérés skálák (nominális-ordinális-intervallum-arány) jellemzői. 2. A statisztikai sorok (egy és több sokaságra vonatkozó) szerkesztése. A statisztikai táblák típusai, dimenziószáma. A grafikus ábrázolás alkalmazásának lehetőségei, funkciója, az ábrák típusai. 3. A mennyiségi sorok vizsgálata: abszolút és relatív gyakorisági és értékösszeg sorok, kumulált sorok. A koncentráció fogalma, elemzése (Lorenz-görbe). 4. A viszonyszámok (területi összehasonlító, dinamikus, megoszlási, koordinációs, intenzitási) fajtái, kiszámításuk, összefüggéseik és alkalmazásuk. 5. Helyzeti (módusz, medián) és számított középértékek (számítani, mértani, harmonikus, négyzetes és kronologikus átlag) kiszámítása és alkalmazása. 6. Szóródási és aszimmetria mutatók (terjedelem, átlagos abszolút eltérés, szórás, relatív szórás, Pearson-féle mutató) kiszámítása és alkalmazása. 7. A kapcsolatvizsgálat alapfogalmai: az ismérvek közötti kapcsolat fogalma, a kapcsolat típusai az ismérvek mérési szintje szerint, a kapcsolat szorossága. 8. Az asszociációs kapcsolat elemzése: χ^2-mutató, Cramer és Csuprov-féle asszociációs együttható, alul- és felülreprezentáció meghatározása és értelmezése. 				

	<p>9. A egyes kapcsolat elemzése: szórásnégyzet-felbontás, szóráshányados, varianciahányados kiszámítása és értelmezése.</p> <p>10. Az érték-, ár- és volumenindex kiszámítása aggregát- és átlagformában (számítani és harmonikus átlagforma). Az indexek közötti összefüggés.</p> <p>11. Standardizálás különbségfelbontással és indexszámítással. A kiszámított indexek és különbségek értelmezése.</p> <p>12. A két indexkör összefüggése és együttes alkalmazása.</p>	
Oktatási módszerek:	<p>nappali: <u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik és webinárium felvétel készül. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek.</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elemzési eljárások és értelmezések számpéldákon történő gyakorlása, és a hallgatók által a gyakorlatból hozott statisztikai jellegű problémák megbeszélése. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás a példatárból a hallgatók bekapcsolásával, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek (pl. mozaikmódszer) alkalmazása a gyakorló, összefoglaló órákon, kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása.</p> <p>A tárgyhoz kapcsolódó virtuális térben a hallgatók számára elérhetővé tesszük - az előadáslapok mellett - a teljes tananyag ppt-prezentációját és a minta feladatsorokat.</p>	
	<p>levelező: Az oktatás webinárium keretében folyik, a felvett előadások visszanezhetők. A foglalkozásokon sor kerül egyrészt a fogalmak és módszerek elméleti ismertetésére példákkal alátámasztva, másrészt – az időkeret korlátaihoz alkalmazkodva – a fontosabb típusfeladatok gyakorlására. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek. A tárgyhoz kapcsolódó virtuális térben a hallgatók számára elérhetővé tesszük - az előadáslapok mellett - a teljes tananyag ppt-prezentációját, minta feladatsorokat, valamint a felületen lehetőség van fórum keretében kérdezni, konzultálni.</p>	
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	gyakorlati jegy
	nappali:	<p>Az <u>alírási feltétele</u> a szemináriumok látogatása (megengedett hiányzás a KTVSZ alapján).</p> <p>Három részdolgozat megírása a félév során, melynél az elégséges szint a legalább 60%-os összteljesítmény. A dolgozatok súlya sorrendben 30-40-30%, melyek közül egy pótolható ill. javítható a szorgalmi időszakban. Az így kialakult gyakorlati jegy a vizsgaidőszak során egy alkalommal javítható a teljes félév anyagát magában foglaló dolgozattal.</p>
	levelező:	<p>Két részdolgozat megírása a félév során, melynél az elégséges szint a legalább 60%-os összteljesítmény. Mindkét dolgozat súlya 50-50%, melyek közül egy pótolható ill. javítható a szorgalmi időszakban. Az így kialakult gyakorlati jegy a vizsgaidőszak során egy alkalommal javítható a teljes félév anyagát magában foglaló dolgozattal.</p>
	osztályozás:	60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	<p>1. Kerékgyártó Györgyné – L. Balogh Irén – Sugár András – Szarvas Beatrix: Statisztikai módszerek és alkalmazásuk gazdasági és társadalmi elemzésekben. Aula Kiadó, Budapest, 2009.</p> <p>2. Kerékgyártó Györgyné – Sugár András – Szarvas Beatrix: Statisztika közgazdászoknak. Példatár és feladatgyűjtemény. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2005.</p>	

Ajánlott irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hunyadi László – Vita László: Statisztika I. Aula Kiadó, Budapest, 2008. 2. Mario F. Triola: Elementary Statistics. New York: The Benjamin Cummings Publishing Company, Inc., 2011. 3. Némethné Gál Andrea: Általános statisztika, Tri-Mester, Tatabánya, 2000. 4. Nagy Anikó: Általános statisztika példatár, Tri-Mester, Tatabánya, 2002.
---------------------------	---

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>1.) Gyűjtse össze a vállalat elmúlt 5-10 éves gazdálkodására vonatkozóan az értékesítés nettó árbevételének és a foglalkoztatottak átlagos statisztikai létszámának adatait. Az adatsorok alapján készítsen elemzéseket az alábbi szempontok szerint:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Jellemezze a két adatsor időbeli változását bázis- és lánctisztségviszonyok segítségével, amelyeket diagramon is ábrázoljon. Mutassa ki a kétféle viszonyítási mód közötti összefüggést. b) Számítsa ki az egy foglalkoztatottra jutó árbevétel adatsorát, majd jellemezze ennek időbeli alakulását. Mutassa ki az összefüggést az árbevétel, a létszám és az egy főre jutó árbevétel alakulása között. c) Számítsa ki mindhárom adatsor éves átlagát és éves átlagos változását abszolút és relatív mutató segítségével is. <p>Mindegyik esetben készítsen szöveges elemzést a számítási eredmények értelmezése, a vállalat fenti adatokkal jellemezhető teljesítményének értékelése formájában.</p> <p>2.) Azonosítson egy, a vállalat gyakorlatában létező olyan statisztikai sokaságot, amely valamely mennyiségi ismérvvvel jellemezhető:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Állapítsa meg a sokaság típusát, és készítse el a mennyiségi ismérv alapján az abszolút és relatív gyakorisági sorokat (ha értelmezhető, akkor az abszolút és relatív értékösszeg sorokat is), melyeket erre alkalmas ábrán szemléltessen. b) Számítsa ki a mennyiségi ismérvre nézve a helyzeti és számított középértékeket, a szóródási és aszimmetria mutatókat. c) Értelmezze a számítási eredményét, és közgazdaságilag jellemezze, értékelje a vizsgált jelenséget. <p>3.) Válasszon ki egy, a vállalatot jól jellemző intenzitási viszonyítási számot (pl. különböző üzemek termelékenysége, termékek önköltsége, különböző munkakörökben foglalkoztatottak átlagbére, stb.):</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Gyűjtse össze a fenti viszonyítási szám kiszámításához szükséges statisztikai adatokat több megfigyelt csoportra (pl. több üzemre, termékre, dolgozói csoportra) nézve, két különböző időpontra vonatkozóan. b) Számítsa ki az egyes csoportokra (rész-) és az egész vállalatra jellemző (összetett) intenzitási viszonyítási számokat a két időpontban. c) Elemezze standardizáláson alapuló különbségfelbontással és indexszámítással a kiválasztott viszonyítási szám időbeli változását, és mutassa ki a változást okozó tényezőket. d) A számítási alapján készítsen szöveges elemzést, és fogalmazzon meg javaslatot a vállalat számára a vizsgált mutató javítására nézve. <p>4.) Válasszon ki két jellegzetes minőségi/területi (kategorikus) és egy mennyiségi változót, amelyeket a vállalat dolgozóinak vagy termékeinek/szolgáltatásainak jellemzésénél jól lehet használni. Ezen kívül a változók között oksági kapcsolat is feltételezhető legyen. Az adatok alapján készítsen elemzéseket az alábbi szempontok szerint:</p>
-------------------------	---

	<p>a) Vizsgálja meg a két minőségi ismérv kapcsolatát (pl. a Cramer-féle asszociációs együttható kiszámításával és értelmezésével), és a felülreprezentáció vizsgálatával állapítsa meg, hogy mely tulajdonságok „járnak együtt” általában.</p> <p>b) Számítsa ki és értelmezze a H és H² mutatót a minőségi és a mennyiségi változó kapcsolatára nézve.</p> <p>c) Az eredmények alapján fogalmazzon meg javaslatokat a vállalat számára a vizsgált jelenségek továbbfejlesztésével kapcsolatban.</p> <p>5.) Gyűjtsön össze a vállalat egy termék- vagy szolgáltatás-csoportjára nézve forgalmi adatokat két időszakban: eladott mennyiség, egységár, árbevétel.</p> <p>a) Vizsgálja meg az árbevétel, az eladott mennyiség és az egységár %-os változását termékenként (szolgáltatásonként) külön-külön, és mutassa ki a változások közötti összefüggést.</p> <p>b) Vizsgálja meg az árbevétel alakulását a teljes termék- vagy szolgáltatáscsoportra nézve, majd állapítsa meg, hogy az árbevétel változásához milyen mértékben járult hozzá az egységár és az eladott mennyiség változása. (Használja az érték-, ár- és volumenindexeket, valamint a különbségfelbontás módszerét is.)</p> <p>c) Készítsen az eredményeket elemző szöveges összefoglalót.</p> <p>6.) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatbázis kialakítása, egy statisztikai problémakörhöz tartozó összefüggésrendszer komplex áttekintése, az eredmények szakszerű értelmezése, gyakorlati hasznosságának felismerése és prezentálása.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Informatika</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Marketing		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Marketing			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	-				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Deés Szilvia PhD			beosztása:	főiskolai docens
Oktató(k):	Dr. Deés Szilvia				
A tárgy célja:	A marketing alapfogalmainak, a marketing vállalkozási szemléletének, a marketingstratégia készítés lépéseinek megismerése mellett a marketingmix elemeinek, alkalmazásuknak valamint vállalati szerepüknek a bemutatása.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	<p>A hallgató átfogóan ismeri a marketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait, gazdasági, szakterületi szervezetek struktúráját, működését és kapcsolat-rendszerét, a szereplők viselkedését, az azt meghatározó külső és belső környezeti, viselkedési, döntési információs és motivációs tényezőket.</p> <p>Ismeri a kereskedelem a szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.</p> <p>Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti szférában.</p> <p>Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.</p>			
	képesség	<p>A hallgató képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra.</p> <p>Képes marketing döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére.</p> <p>Képes a vállalati marketing adatbázisok kezelésére, a szekunder marketingkutatói információk és adatok elemzésére.</p> <p>Megérti a marketing szakterület jellemző online és nyomtatott szakirodalmát magyar és idegen nyelven.</p>			
	attitűd	<p>Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására.</p> <p>Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.</p>			
	autonómia és felelősség	<p>Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális marketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.</p>			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A marketing definíciója, lehetséges értelmezései, helye a vállalaton belül, szerepe, funkciója a vállalat sikerességében 2. A marketing múltja és fejlődése, a különböző vállalati koncepciók az elméletben és a gyakorlatban, a marketingstratégia 3. A stratégiai tervezést megelőző mikro- és makrokörnyezeti elemzések a marketingmunkában, a stratégiaalkotás folyamata 4. Marketing információ rendszer: a mindennapi marketingmunka számára szükséges információk és összegyűjtésüknek módszerei, alapelvei 				

	<ol style="list-style-type: none"> 5. A piacok jellemzése és a szegmentáció (típusai, feltételei, a szegmentálás módszere), célcsoport választás és lehetséges kimenetei 6. Vásárlási döntés, annak lépései és befolyásoló tényezői: a külső és belső erők, amik meghatározzák a fogyasztói magatartást 7. Termékpolitika: a termékfejlesztés folyamata, lépései, a végleges termék kialakítása, a kínálat menedzsmentje 8. Pozicionálás, márkázás: a márka kialakulása, funkciója, a márkázás hatása, szerepe a pozicionálásban, a márkák típusai 9. Árképzési módszerek és alkalmazásuk feltételei, árpolitikai döntések a termék-életgörbe különböző szakaszain, árszámítások 10. Értékesítési rendszer, értékesítési csatorna és a csatornaválasztás problémái, disztribúciós, logisztikai és forgalmazási döntések 11. Marketingkommunikációs mix: az üzenetek kialakítása és a célbajuttatás lehetséges eszközei. Az eszközök előnyei és hátrányai 12. ATL és BTL eszközök közötti különbségek: alkalmazásuk feltételei, a bennük rejlő lehetőségek, az általuk nyújtott megoldások 13. Marketing-kontrolling: számítások a marketingmunka eredményességének értékelésére a vállalati stratégia, a termékpolitika árképzés, a kommunikáció és az értékesítés területéről 14. Marketing sajátosságok a különböző nem szokványos területeken: a szolgáltatásban, B2b piacon, és a non profit szektorban 15. A fejlődés trendjei, társadalmi és ökológiai szempontok, jogi keretek
--	--

Oktatási módszerek:	nappali:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek, melyen a feltüntetett vázlatot csak ki kell egészíteniük, a képletek és adatok előre nyomtatott formában szerepelnek.</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elemzési eljárások és értelmezések számpéldákon történő gyakorlása illetve az elméleti alapok vállalati példákon keresztüli bemutatása. Alkalmazott módszerek feladatmegoldás közösen, kiscsoportban és egyénileg.</p>
	levelező:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek, melyen a feltüntetett vázlatot csak ki kell egészíteniük, a képletek és adatok előre nyomtatott formában szerepelnek.</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elemzési eljárások és értelmezések számpéldákon történő gyakorlása illetve az elméleti alapok vállalati példákon keresztüli bemutatása. Alkalmazott módszerek feladatmegoldás közösen, kiscsoportban és egyénileg.</p>

A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	szóbeli kollokvium
	nappali:	<p>A szemináriumokon való részvétel, ahol két hiányzás megengedett. A félév során 10 szemináriumon rövid számonkérés történik az előző óra anyagából. 1-1 elméleti és gyakorlati feladattal, összesen 100 pontért. A 10 dolgozatból max 2-ről lehet hiányozni. A félév végén max 2 dolgozatot lehet pótolni.</p> <p>A félévi munka aláírásának feltétele a kisdolgozatokból min 60% teljesítése. A 90% felett teljesítő hallgatók megajánlott jeles érdemjegyet kapnak.</p> <p><u>Számonkérés módja:</u> szóbeli vizsga, előre megadott tételsor alapján</p>
	levelező:	<p>A félév során a hallgatók egy zárthelyi dolgozatot írnak, amely mind az elméleti tudást, mind a számolási készségeket ellenőrzi. A zh 60%-ra történő teljesítése az aláírás feltétele. Ekkor bocsátható a hallgató vizsgára.</p>

	osztályozás:	60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:		1. Veres Zoltán - Szilágyi Zoltán: A marketing alapjai (Perfekt, 2005) 2. Papp-Váry Árpád: JPÉ marketing (Századvég Kiadó, 2009)
Ajánlott irodalom:		1. Kotler – Keller: Marketing menedzsment (Akadémiai 2008.) 2. Baja Sándor: Marketingkalandok (GEOPRESS 2004.) 3. Ries – Trout: Pozicionálás (Bagolyvár 1998.) 4. Philip Kotler – Gary Armstrong: Principles of Marketing (12th or later edition) (Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River 2012., 2010., 2008., 2006.)

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>1.) A vállalatra vonatkozóan gyűjtsön össze minden lényeges információt a marketingtevékenységre vonatkozóan. Néhány szempont a kidolgozáshoz:</p> <ol style="list-style-type: none"> marketingosztály/terület/divízió részletes bemutatása a marketing és a társosztályok kapcsolata marketingtervezés folyamata és a vállalati stratégiai vagy egyéb üzletági tervekbe illeszkedése marketingkommunikáció bemutatása marketingbudget tervezése <p>Mindegyik esetben készítsen szöveges leírást, illetve ha szükséges kiegészítő magyarázatokat.</p> <p>2.) Termékpolitika: mutassa be részletesen a vállalat által gyártott (forgalmazott) termékeket, termékcsoportokat. Néhány szempont a kidolgozáshoz:</p> <ol style="list-style-type: none"> vezértermékek bemutatása forgalmi adatokkal és vonatkozó pénzügyi adatokkal termékportfólió bemutatása, ABC analízis termékélet-folyam a vállalatban belül termékéletgörbe egy kiválasztott termékre <p>3) A vállalat értékesítési rendszerének bemutatása és a fontosabb beszállítók, alvállalkozók kapcsolódása. Néhány szempont a kidolgozáshoz:</p> <ol style="list-style-type: none"> kereskedelmi kapcsolatok bemutatása forgalmi adatok az alvállalkozók és beszállítók felé kül,- és belkereskedelmi ügyletek bemutatása kiskereskedő, nagykereskedő, ügynök, bróker, képviselő <p>4) A vállalat marketingkommunikációjának részletes bemutatása. Néhány szempont a kidolgozáshoz:</p> <ol style="list-style-type: none"> ATL és BTL alkalmazott eszközrendszer bemutatása marketingbudget és budget tervezési folyamat egy kiválasztott kampány részletes bemutatása belső és külső PR <p>5) Marketingkommunikáció II. Néhány szempont a kidolgozáshoz:</p> <ol style="list-style-type: none"> speciális marketingeszközök bemutatása, fókuszban az online marketing vállalati honlap bemutatása és elemzése online értékesítés és online marketingeszközök kapcsolódása Vállalatra vonatkozó –aktuális, vagy releváns - hírek (online és hagyományos média) kiválasztása és ismertetése <p>6) Árpolitika. Néhány szempont a kidolgozáshoz:</p> <ol style="list-style-type: none"> a vállalat által alkalmazott árpolitika és árstratégia bemutatása
-------------------------	--

	<p>b) árképzés, árazás c) költségek (vezetői számvitel!)</p> <p>7) MIR. Néhány szempont a kidolgozáshoz: a) vállalat információs rendszerének (vállalatirányítási rendszer) összefoglalása b) vállalaton belüli információáramlás c) vállalatok közötti információáramlás d) speciális információk kezelése</p> <p>8) A vállalat által megfogalmazott és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló órai munka, illetve csoportmunkákban aktív részvétel. Adott feladat órán történő kidolgozása és prezentáció készítés. Internetes adatgyűjtés és rendszerezés megismerése, szakszerű egységes hivatkozási rendszer megismerése (pl. Harvard-rendszer).</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Informatika Statisztika I.</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Vezetés, szervezés		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Management, organization			
Oktatás nyelve:	Magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	Vállalati gazdaságtan				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Megyesi Péter			beosztása:	gazdasági tanár
Oktató(k):	Megyesi Péter				
A tárgy célja:	<p>A tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék és rendszerezék a vállalat és környezete alapvető erőforrásait, továbbá azok szervezeti keretek között történő működését, működtetését. Ismerjék meg és alkalmazzák a környezeti elemzési módszereket, az elemzéseket követő hatásokat.</p> <p>Ismerjék a vezetés folyamatát, a folyamatra ható tényezőket, a vezetési stílusokat. legyenek tisztában a kultúra fontosságával, a szervezeti kultúrával és az azt alakító tényezőkkel.</p> <p>Cél, a menedzsment kialakulásának, történelmi fejlődésének, azok fontosabb szakaszainak megismerése, megértése napjaink jellemző szervezeti formáin keresztül is.</p>				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A hallgatók tisztában lesznek a vállalkozások működését befolyásoló környezeti hatásokkal, azok rendszerezésével. Megtanulják az erőforrások csoportosítását, azok értékteremtő képességétől függően. Megismerik az értéklánc modellt. Megtanulják a szervezeti kultúra szerepének fontosságát, hatását a munkahelyek teljesítményére.			
	képesség	Képesek lesznek iparági és társadalmi környezetben egy-egy vállalkozás működési lehetőségeinek elemzésére; képesek lesznek arra, hogy meg tudják különböztetni egy termelési folyamatban az értékteremtő folyamatok szerepét, helyét; továbbá jelentős mértékben fejlődik rendszerező képességük, a vezetői munka megítélésnek és megértésének támogatásához szükséges szemléletük és gyarapodik a menedzsment folyamatok átfogó összefüggéseinek elemzéséhez szükséges kognitív képességük is.			
	attitúd	Nyitott az adott munkakör, munkaszervezet, vállalkozás tágabb gazdasági, társadalmi környezetének változásai iránt, törekszik a változások követésére és megértésére. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására.			
	autonómia és felelősség	Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Önállóan vezet, szervez, irányít gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet, munkacsoportot, illetve vállalkozást, kisebb gazdálkodó szervezetet, felelősséget vállalva a szervezetért és a munkatársakért.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A vállalat. A vállalat alapvető erőforrásai. 2. A vállalati folyamatok. A Porter-féle értéklánc-modell. 3. A vállalat és környezete. A kompetitív környezet, az általános környezet. 4. A menedzsment. Menedzseri funkciók, menedzseri szerepek, menedzseri készségek. 5. Menedzsmentirányzatok 6. A vezetés. A vezetési stílus. Stíluselmélet. 				

	<p>7. A kommunikáció. A kommunikáció kibernetikai modellje.</p> <p>8. A kultúra. A szervezeti kultúra. A szervezeti kultúrát alakító tényezők. Kultúra tipológia</p> <p>9. A szervezeti struktúra. A struktúra kialakításának tényezői. A lineáris, a funkcionális, a divízionális és a mátrix szervezeti forma.</p>
Oktatási módszerek:	nappali: Előadás: Az előadás speciális WEB alkalmazásokkal kiegészítve, ppt-prezentáció, webinárium keretek között, gyakorlati példák, esettanulmányok felhasználásával. Szeminárium: Közös, önálló/kis csoportos feladatmegoldások, esettanulmányok elemzése megadott szempontok alapján, kis előadások, prezentációk tartása önállóan választott szakmai témákból – megadott források alapján.
	levelező: Előadás: Az előadás speciális WEB alkalmazásokkal kiegészítve, ppt-prezentáció, webinárium keretek között, gyakorlati példák, esettanulmányok felhasználásával. Szeminárium: Közös, önálló/kis csoportos feladatmegoldások, esettanulmányok elemzése megadott szempontok alapján.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja: Kollokvium
	nappali: A tárgyat teljesítő hallgatók öt átfogó témakört dolgoznak ki az írásbeli vizsgán – kérdésenként 20 pontért.
	levelező: A tárgyat teljesítő hallgatók öt átfogó témakört dolgoznak ki az írásbeli vizsgán – kérdésenként 20 pontért.
	osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	<p>1. Kövesi János (szerk.): Menedzsment és vállalkozásgazdaságtan; Typotex, 2007, 103-174. oldal</p> <p>2. Bakacsi Gyula – Balaton Károly – Dobák Miklós – Máriás Antal: Vezetés – Szervezés I.-II., Aula Kiadó, 2003.</p>
Ajánlott irodalom:	<p>1. Steven ten Have és szerzőtársai: Legsikeresebb vezetési modellek; Manager Könyvkiadó, 2007</p> <p>2. Dr Poór József: Menedzsment tanácsadási kézikönyv, KJK-KERSZÖV, 2000.</p> <p>3. Dobák Miklós és munkatársai: Szervezeti formák és vezetés. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006.</p> <p>4. Klein Sándor: vezetés-és szervezetpszichológia; SHL Hungary Kft, 2001.</p>

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi, különböző típusú feladatcsoportok közül a hallgatónak tetszőlegesen egy feladatcsoportot kell kiválasztania, és abból egy feladatot a félév elején ismertett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során.</p> <p>SZERVEZET FELÉPÍTÉSE ÉS MŰKÖDÉSE</p> <p>1. A szervezet strukturális jellemzői</p> <p>Szisztematikusan tekintse át a szervezetet a strukturális alap-kategóriák szempontjából, ezen belül a munkamegosztás, a hatáskörmegosztás, a koordinációs eszközök és a konfiguráció jellemzőit.</p> <p>2. Szervezeti forma</p> <p>A stratégia és a szervezet kapcsolatára építve mutassa be, hogy a cégvezetés hogyan érzékelheti a külső/belső feltételeket, és ez milyen hatással van a szervezeti forma alakulására. Mutassa be milyen a szervezet mélységi és szélességi tagoltsága, egyes</p>
-------------------------	--

	<p>szervezeti egységek mérete. Jellemezze a használt szervezeti formából (a lineáris, a funkcionális, a divízionális, a mátrix- és a projektszervezet) adódó konkrét előnyöket és hátrányokat.</p> <p>3. A szervezet erőforrásai és értékteremtő folyamatai Készítsen egy komplex belső erőforrás térképet a vállalat példája segítségével. Részletesen elemezze a vállalat értékteremtő folyamatait a Porter-féle értéklánc-modellre építve.</p> <p>4. A szervezet érintettjei (stakeholder elemzés) Mutassa be a szervezet működésében érintett csoportokat. Elemezze, hogy az érintettek érdekeik egyeztetésére milyen érdekcsoportokba tömörülnek és alapvető a szervezeti célok megvalósítása szempontjából, hogyan kezeli azokat a vezetés. Készítsen érintettségi térképet. Hogyan kezelné az egyes szegmensekbe tartozó érdekelt csoportokat?</p> <p>5. A szervezeti kiválóság elemzése (EFQM) Az EFQM modell alapján mutassa be és értékelje a vállalat</p> <p>SZERVEZETI KULTÚRA</p> <p>6. Szervezeti kultúra 1. Mutassa be a szervezeti kultúra jelentőségét, működését, szintjeit vállalatánál. Hogyan befolyásolhatja a vezetés a céges kultúrát? Használja fel a szervezeti kultúra jellemzésére a tárgy keretében megismert kultúra modelleket.</p> <p>7. Szervezeti kultúra 2. Írja le a szervezeti kultúra típusát a vállalatnál és elemezze ennek okait és fejlesztési/változtatási lehetőségeit. Használja fel Handy kultúra tipológiáját és Quinn szervezeti kultúra modelljét. Hogyan kezeli cége az eltérő kultúrájú üzleti partnereket.</p> <p>VEZETÉS</p> <p>8. A motiváció tartalma Elemezze a vállalati motivációt Maslow és Herzberg modelljeivel</p> <p>9. A motiváció folyamata Skinner megerősítés elmélete alapján írja le a vállalatban lévő motivációs folyamatokat.</p> <p>10. Vezetési stílusok Jellemezze a vállalat vezetési stílusát! elemezze a vezetői magatartást a kontingencialista leadership-modellek tükrében.</p> <p>11. Közös duális projekt feladat A vállalat által megfogalmazott és az aktuális félév elején az Eduvus Egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
<p>A feladat megoldásának formai követelményei</p>	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők). A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
<p>A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák</p>	<p>Önálló információgyűjtésre, kutatómunkára való alkalmasság, az információk rendszerezésének és az elméleti modellek gyakorlati alkalmazásának képessége, önálló véleményalkotás, kreatív gondolkodás.</p>
<p>A feladat által érintett további tantárgyak</p>	<p>Vállalati gazdaságtan, Pénzügy</p>
<p>Értékelés</p>	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató</p>

	<p>által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>
--	--

A tárgy címe:	magyarul	Statisztika II.		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Statistics II.			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	Statisztika I.				
Felelős tanszék:	Közgazdasági és Módszertani Alapozó Tanszék				
Tárgyfelelős:	Némethné Dr. Gál Andrea PhD			beosztása:	főiskolai tanár
Oktató(k):	Brunner Zsuzsanna, Némethné Dr. Gál Andrea, Piroska László				
A tárgy célja:	A tantárgy célja a statisztikai következtetés alapfogalmainak, módszereinek és gyakorlati alkalmazhatóságának bemutatása. Mindegyik témakör esetében nagy hangsúlyt fektetünk az eredmények szakmailag pontos értelmezésére, elemzésére.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A hallgatók megismerik a mintából való következtetés módszertani alapjait, az erre épülő becslési és hipotézisvizsgálati módszerek legfőbb fajtáit, az idősorlemzés, valamint a korreláció- és regressziószámítás alapvető módszereit.			
	képesség	A tárgy elvégzése után a hallgatóknak képeseknek kell lenniük a statisztikai következtetési módszerek helyes megválasztására, az elemzések végrehajtására és az eredmények értelmezésére, valamint a tárgy keretében tanult ismeretek problémamentes alkalmazására más tárgyak tanulása és önálló munkavégzésük során. A tárgy nagyban hozzájárul a következő képességek fejlesztéséhez: analitikus gondolkodás, lényegkiemelés, összefüggések meglátása.			
	attitűd	A hallgató nyitott az új ismeretek, módszertanok befogadására, munkája minőségével szemben igényes, csoportos munka során együttműködő és konstruktív.			
	autonómia és felelősség	A hallgató képes az önálló problémafelismerésre, véleményalkotásra és érvelésre a szakmai etika és felelősségvállalás normáinak betartása mellett.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> Mintavételi alapfogalmak. A mintavételi eljárások áttekintése: véletlenül és nem véletlenül alapuló eljárások. A statisztikai becslés alapfogalmai. A becslőfüggvény és tulajdonságai. Pontbecslés. Az alapsokasági várható érték, szórás és arány intervallumbecslése. A mintanagyság, a pontosság és a megbízhatóság összefüggése. A hipotézisvizsgálat alapfogalmai. A próbafüggvény és tulajdonságai. A hipotézisvizsgálat lépései. A hipotézisvizsgálat során elkövethető hibák. Várható értékre, arányra és szórásra irányuló egymintás próbák. Ismérvek kapcsolatára vonatkozó próbák: függetlenségvizsgálat, varianciaanalízis. Idősorok elemzése egyszerűbb elemzési eszközökkel: dinamikus viszonyzamsorok, átlagok, átlagos abszolút és relatív változás. Trendszámítás: mozgó átlagolású trend, analitikus trendszámítás (lineáris és exponenciális trendfüggvények). A szezonális vizsgálata: additív és multiplikatív modell esete. A véletlen hatás vizsgálata: additív és multiplikatív modell esete. Extrapoláció és interpoláció idősorok alapján. A korrelációs kapcsolat elemzésének egyszerűbb módszerei: előjel-korreláció és rangkorreláció. Kétváltozós lineáris korreláció- és regressziószámítás (kovariancia, korrelációs és determinációs együttható, lineáris regressziófüggvény). 				

	15. Kétváltozós nemlineáris korreláció- és regressziószámítás (exponenciális és hatványkitevős regressziófüggvény, korrelációs index).	
	16. Extrapoláció regressziófüggvények segítségével.	
Oktatási módszerek:	nappali:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik és webinárium felvétel készül. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek.</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elemzési eljárások és értelmezések számpéldákon történő gyakorlása, és a hallgatók által a gyakorlatból hozott statisztikai jellegű problémák megbeszélése. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás a példatárból a hallgatók bekapcsolásával, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek (pl. mozaikmódszer) alkalmazása a gyakorló, összefoglaló órákon, kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása.</p> <p>A tárgyhoz kapcsolódó virtuális térben a hallgatók számára elérhetővé tesszük - az előadások mellett - a teljes tananyag ppt-prezentációját és a minta feladatsorokat.</p>
	levelező:	<p>Az oktatás webinárium keretében folyik, a felvett előadások visszanezhetők. A foglalkozásokon sor kerül egyrészt a fogalmak és módszerek elméleti ismertetésére példákkal alátámasztva, másrészt – az időkeret korlátaihoz alkalmazkodva – a fontosabb típusfeladatok gyakorlására. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek. A tárgyhoz kapcsolódó virtuális térben a hallgatók számára elérhetővé tesszük - az előadások mellett - a teljes tananyag ppt-prezentációját, minta feladatsorokat, valamint a felületen lehetőség van fórum keretében kérdezni, konzultálni.</p>
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	gyakorlati jegy
	nappali:	<p>Az <u>aláírás feltétele</u> a szemináriumok látogatása (megengedett hiányzás a KTVSZ alapján).</p> <p>Három részdolgozat megírása a félév során, melynél az elégséges szint a legalább 60%-os összteljesítmény. A dolgozatok súlya sorrendben 30-40-30%, melyek közül egy pótolható ill. javítható a szorgalmi időszakban. Az így kialakult gyakorlati jegy a vizsgaidőszak során egy alkalommal javítható a teljes félév anyagát magában foglaló dolgozattal.</p>
	levelező:	<p>Két részdolgozat megírása a félév során, melynél az elégséges szint a legalább 60%-os összteljesítmény. Mindkét dolgozat súlya 50-50%, melyek közül egy pótolható ill. javítható a szorgalmi időszakban. Az így kialakult gyakorlati jegy a vizsgaidőszak során egy alkalommal javítható a teljes félév anyagát magában foglaló dolgozattal.</p>
	osztályozás:	60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerékgyártó Györgyné – L. Balogh Irén – Sugár András – Szarvas Beatrix: Statisztikai módszerek és alkalmazásuk gazdasági és társadalmi elemzésekben. Aula Kiadó, Budapest, 2009. 2. Brunner Zsuzsanna – Némethné Gál Andrea : Statisztika II. feladatgyűjtemény. Edutus Egyetem, elektronikus jegyzet, Tatabánya, 2016. 3. Kerékgyártó Györgyné – Sugár András – Szarvas Beatrix: Statisztika közgazdászoknak. Példatár és feladatgyűjtemény. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2005. 	

Ajánlott irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hunyadi László – Vita László: Statisztika II. Aula Kiadó, Budapest, 2008. 2. Mario F. Triola: Elementary Statistics. New York: The Benjamin Cummings Publishing Company, Inc., 2011. 3. Némethné Gál Andrea: Általános statisztika, Tri-Mester, Tatabánya, 2000. 4. Nagy Anikó: Általános statisztika példatár, Tri-Mester, Tatabánya, 2002.
---------------------------	--

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) Gyűjtse össze a vállalat utóbbi 8-10 éves adatsorait legalább 4-5 adat esetében (pl. nettó árbevétel, létszám, különféle költségnemek, összköltség, szállítók száma, vevők száma, stb.). Az idősorok alapján végezze el a következő elemzéseket: <ol style="list-style-type: none"> a) Ábrázolja a fenti idősorokat vonaldiagramokon, majd a diagramok közül válassza ki azokat (legalább kettőt), amelyekben tartós tendencia (trend) figyelhető meg. b) Illesszen lineáris trendfüggvényt a kiválasztott idősorokra, és állapítsa meg, hogy melyik esetében illeszkedik legjobban a lineáris trend az adatsorra. (A számításokat a normál egyenletrendszerek ($t=1,2,3..n$) vagy Excel segítségével végezze el.) c) Értelmezze a trendek paramétereit, és röviden értékelje a vizsgált jelenség időbeli alakulását. d) Adjon becslést az adatsorok következő 3 évi várható alakulására. 2.) Gyűjtse össze a vállalat utóbbi 8-10 éves adatsorait legalább 4-5 adat esetében (pl. nettó árbevétel, létszám, különféle költségnemek, összköltség, szállítók száma, vevők száma, stb.). Az idősorok alapján végezze el a következő elemzéseket: <ol style="list-style-type: none"> a) Ábrázolja a fenti idősorokat vonaldiagramokon, majd a diagramok közül válassza ki azokat (legalább kettőt), amelyekben tartós tendencia (trend) figyelhető meg. b) Illesszen exponenciális trendfüggvényt a kiválasztott idősorokra, és állapítsa meg, hogy melyik esetében illeszkedik legjobban a lineáris trend az adatsorra. (A számításokat a normál egyenletrendszerek ($t=1,2,3..n$) vagy Excel segítségével végezze el.) c) Értelmezze a trendek paramétereit, és röviden értékelje a vizsgált jelenség időbeli alakulását. d) Adjon becslést az adatsorok következő 3 évi várható alakulására. 3.) Gyűjtse össze a vállalat néhány, utóbbi 4-5 éves adatsorait olyan adatok esetén, amelyek éven belüli (féléves, negyedéves vagy havi) bontásban is rendelkezésre állnak. Az idősorok alapján végezze el a következő elemzéseket: <ol style="list-style-type: none"> a) Ábrázolja a fenti idősorokat vonaldiagramokon, majd a diagramok közül válassza ki azt (legalább egyet), amelyben éven belüli szabályos ingadozás (szezonalitás) figyelhető meg. b) Végezzen mozgó átlagolású trendszámítást, és ábrázolja az eredeti adatokat és a trendet közös diagramon. c) Végezze el a szezonális vizsgálatát additív és multiplikatív modell segítségével is. d) Írjon szöveges elemzést a fenti számítások eredményei alapján. 4.) Válasszon ki a vállalaton belül véletlen módon 8-10 megfigyelési egységet (pl. munkatársat, terméket/szolgáltatást, vevőt, szállítót, stb.), és két olyan rájuk jellemző mennyiségi ismérvet, amelyek között oksági összefüggés feltételezhető. <ol style="list-style-type: none"> a) Gyűjtse össze a mennyiségi ismérvek adatait, majd ábrázolja az eredményeket egy pontdiagramon. A pontdiagram alapján válassza ki az alkalmasabbnak tűnő regresszió függvény típusát az exponenciális és hatványkitevős modell közül, majd normál
-------------------------	---

	<p>egyenletrendszer megoldásával, vagy az Excellel határozza meg a regresszió függvényt, és értelmezze a kapott függvény paramétereit.</p> <p>b) Számítsa ki és értelmezze a korrelációs indexet.</p> <p>c) A regresszió függvény segítségével készítsen becslést egy alkalmasan kiválasztott független változóérték (X) esetén a függő változó (Y) értékére vonatkozóan.</p> <p>d) A fentiek alapján írjon rövid szöveges értékelést a vizsgált jelenségről.</p> <p>5.) Válasszon ki a vállalaton belül véletlen módon 8-10 megfigyelési egységet (pl. munkatársat, terméket/szolgáltatást, vevőt, szállítót, stb.), és két olyan rájuk jellemző mennyiségi ismérvet, amelyek között oksági összefüggés feltételezhető.</p> <p>a) Végezze el a lineáris regressziós közelítést, és értelmezze a függvény paramétereit.</p> <p>b) Számítsa ki, és értelmezze a lineáris korrelációs együtthatót és a determinációs együtthatót.</p> <p>c) Készítsen becslést egy alkalmasan kiválasztott független változóérték (X) esetén a függő változó (Y) értékére vonatkozóan.</p> <p>d) A fentiek alapján írjon rövid szöveges értékelést a vizsgált jelenségről.</p> <p>6.) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatbázis kialakítása, egy statisztikai problémakörhöz tartozó összefüggésrendszer komplex áttekintése, az eredmények szakszerű értelmezése, gyakorlati hasznosságának felismerése és prezentálása.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Informatika, Statisztika I.</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Marketingkutató		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Marketing research			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	Marketing				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Deés Szilvia			beosztása:	főiskolai docens
Oktató(k):	Dr. Deés Szilvia, Dr. Duga Zsófia				
A tárgy célja:	A tárgy célja a marketingkutatóval kapcsolatos alapfogalmak helyes és szakszerű értelmezése és rendszerezése mellett megismertetni a hallgatókkal a marketingmunkához szükséges információk tervezését, értékelését.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A hallgató elsajátítja a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit, birtokában van az alapvető információ-gyűjtési, matematikai és statisztikai elemzési módszereknek.			
	képesség	A hallgató képes marketingdöntéseket előkészítő marketingkutatósi feladatok előkészítésére, a kutatósi terv megfogalmazására, és a kutatósi lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére. Képes a vállalati marketing adatbázisok kezelésére, a szekunder marketingkutatósi információk és adatok elemzésére, a szükséges specifikus szoftverek használatára. Képes hatékony munkára gazdasági és marketing projektekben. Megérti és használja a marketing szakterület jellemző online és nyomtatott szakirodalmát. Képes a fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban prezentálni.			
	attitűd	A minőségi munkavégzés érdekében projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására.			
	autonómia és felelősség	Szakmai útmutatás alapján végzi marketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását. Felelősséggel részt vállal marketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában. Felelőséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A társadalomtudományi kutató, megismerés alapkérdései 2. A marketingkutató alapfogalmai: információ, vállalati probléma, MIR, marketingkutató. A piackutató a vállalati marketing gyakorlatában: az egyes marketingproblémákhoz, a fogyasztói márkák menedzseléséhez kapcsolódó kutatók. 3. Kutatósi terv, kutatók tervezése. A marketingprobléma és a piackutatósi probléma különbsége. A kutató és a döntéshozó szerepkör és az ebből adódó konfliktus. A kutatósi célok tervezése. 				

	<ol style="list-style-type: none"> 4. A szekunder piackutatás típusai és felhasználási területei. A lehetséges források. A piacon megvásárolható kutatási termékek használata. Szindikált kutatások: médiakutatás, fogyasztói kutatások és kiskereskedelmi panelkutatás. 5. A primer kutatások módszerei. A kvalitatív és kvantitatív kutatás különbségei. A módszertan-választás kritériumrendszere. 6. A kvalitatív kutatások lebonyolítása. A vezérfonal elemei, és szerkesztése. A kvalitatív kutatás megszervezése: szűrőkérdőív, szervezés, résztvevők, a lebonyolítás. A moderátor szerepe. 7. Projektív technikák típusai és használata. Kvalitatív kutatási eredmények értelmezése. A kvalitatív kutatás prezentációja, az állítások alátámasztása. 8. A megkérdezéssel piackutatások formái. A kvantitatív kutatás típusai közötti választás: az egyes célokhoz felhasználható eljárások. 9. Kérdőívszerkesztés: a kérdőív elemei, felépítése, logikája. Kérdéstípusok és használatuk. Befolyásolás a kérdőívvel. 10. Skálátípusok és a skálák összehasonlítása. A skálák tervezése és eredményük értelmezése. Tipikus kérdőívhibák. 11. Célcsoport-meghatározás és mintavételi alapfogalmak. Véletlen és kényelmi mintavételi módok. Választás a mintavételi technikák közül. A mintavételből eredő kutatási korlátok. 12. Terepmunka szervezése: szűrőkérdőív, kérdezőbiztosok kiválasztása és képzése. A minőség-ellenőrzés fázisai és módszerei, az hibák javításának lehetőségei. Adatfeldolgozás: kódolás és rögzítés. 13. Az adattisztítás szerepe, folyamata. Az adatfeldolgozás tervezése, leíró statisztikai módszerek. 14. A kutatási eredmények értelmezése, alátámasztása statisztikai eljárásokkal. A hipotézisek vizsgálata. Szignifikancia-tesztek. A statisztikai eredmények értelmezése. 15. A piackutatások eredményeinek bemutatása: vezetői összefoglaló, prezentáció és tanulmány készítése. Ábrák választása, szövegezés, követelmények. Prezentációs gyakorlat: előadásmód, prezentációs anyag készítése, felkészülés a prezentációra. 16. A hazai piackutatás piaca. Ajánlatkérés, az ügynökségválasztás kritériumai, kapcsolattartás. Etika és adatkezelés. 				
Oktatási módszerek:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%; padding: 5px;">nappali:</td> <td style="padding: 5px;"> <p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az elmélet ismertetése előszóban, előadásvázlat-prezentációs anyagokkal támogatva: előadás, magyarázat, megbeszélés, elbeszélés, szemléltetés (frontális osztálymunka).</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elmélet értelmezése és átültetése a gyakorlatba. A hallgatók vagy a szemináriumvezető által a gyakorlatból piackutatási problémák megbeszélése: kutatástervezés, kvalitatív kutatás, kérdőívszerkesztés, adatfeldolgozás, prezentáció stb. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek, megbeszélés, vita, tanulói kiselőadások, projekt módszer, kooperatív oktatási módszerek, szimuláció, házi feladat kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása. A hallgatók aktív részvételét igényli.</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">levelező:</td> <td style="padding: 5px;"> <p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az elmélet ismertetése előszóban, előadásvázlat-prezentációs anyagokkal támogatva: előadás, magyarázat, megbeszélés, elbeszélés, szemléltetés (frontális osztálymunka).</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elmélet értelmezése és átültetése a gyakorlatba. A hallgatók vagy a szemináriumvezető által a gyakorlatból piackutatási problémák megbeszélése: kutatástervezés, kvalitatív kutatás, kérdőívszerkesztés, adatfeldolgozás, prezentáció stb. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek,</p> </td> </tr> </table>	nappali:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az elmélet ismertetése előszóban, előadásvázlat-prezentációs anyagokkal támogatva: előadás, magyarázat, megbeszélés, elbeszélés, szemléltetés (frontális osztálymunka).</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elmélet értelmezése és átültetése a gyakorlatba. A hallgatók vagy a szemináriumvezető által a gyakorlatból piackutatási problémák megbeszélése: kutatástervezés, kvalitatív kutatás, kérdőívszerkesztés, adatfeldolgozás, prezentáció stb. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek, megbeszélés, vita, tanulói kiselőadások, projekt módszer, kooperatív oktatási módszerek, szimuláció, házi feladat kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása. A hallgatók aktív részvételét igényli.</p>	levelező:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az elmélet ismertetése előszóban, előadásvázlat-prezentációs anyagokkal támogatva: előadás, magyarázat, megbeszélés, elbeszélés, szemléltetés (frontális osztálymunka).</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elmélet értelmezése és átültetése a gyakorlatba. A hallgatók vagy a szemináriumvezető által a gyakorlatból piackutatási problémák megbeszélése: kutatástervezés, kvalitatív kutatás, kérdőívszerkesztés, adatfeldolgozás, prezentáció stb. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek,</p>
nappali:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az elmélet ismertetése előszóban, előadásvázlat-prezentációs anyagokkal támogatva: előadás, magyarázat, megbeszélés, elbeszélés, szemléltetés (frontális osztálymunka).</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elmélet értelmezése és átültetése a gyakorlatba. A hallgatók vagy a szemináriumvezető által a gyakorlatból piackutatási problémák megbeszélése: kutatástervezés, kvalitatív kutatás, kérdőívszerkesztés, adatfeldolgozás, prezentáció stb. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek, megbeszélés, vita, tanulói kiselőadások, projekt módszer, kooperatív oktatási módszerek, szimuláció, házi feladat kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása. A hallgatók aktív részvételét igényli.</p>				
levelező:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az elmélet ismertetése előszóban, előadásvázlat-prezentációs anyagokkal támogatva: előadás, magyarázat, megbeszélés, elbeszélés, szemléltetés (frontális osztálymunka).</p> <p><u>Szeminárium:</u> Célja az elmélet értelmezése és átültetése a gyakorlatba. A hallgatók vagy a szemináriumvezető által a gyakorlatból piackutatási problémák megbeszélése: kutatástervezés, kvalitatív kutatás, kérdőívszerkesztés, adatfeldolgozás, prezentáció stb. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, kiscsoportos módszerek,</p>				

		megbeszélés, vita, tanulói kiselőadások, projektmódszer, kooperatív oktatási módszerek, szimuláció, házi feladat kiadott házi feladatok hallgatók általi prezentálása. A hallgatók aktív részvételét igényli.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	gyakorlati jegy
	nappali:	<u>A félévi munka elfogadásának feltétele:</u> A szemináriumokon való részvétel (legfeljebb kettő hiányzás megengedett). Elméleti részvizsga teljesítése az elvárt szinten. (40%) Gyakorlati kutatás lebonyolítása (írásban leadva a kutatási beszámoló) 50% Prezentáció (MS Power Point vagy prezi-vel támogatott) 10%
	levelező:	A szemináriumokon való részvétel (legfeljebb három hiányzás megengedett). Elméleti részvizsga teljesítése az elvárt szinten. (40%) Gyakorlati kutatás lebonyolítása (írásban leadva a kutatási beszámoló) 50% Prezentáció (MS Power Point vagy prezi-vel támogatott) 10%
	osztályozás:	Osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles.
Kötelező irodalom:	1. Veres-Hoffmann-Kozák: Bevezetés a piackutatásba (Akadémiai 2009.)	
Ajánlott irodalom:	1. Naresh K. Malhotra: Marketingkutatás (Akadémiai Kiadó 2008.) // available in English: Marketing Research: An Applied Orientation 2. Gordon – Langmaid: Kvalitatív piackutatás (HVG Kiadó 1997.) // available in English: Contemporary Qualitative Market Research 3. Sajtos László – Mitev Ariel: SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv (Alinea kiadó 2007.) 4. Earl Babbie (2008): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi Kiadó. Budapest. 5. Síklaki István: A vélemények mélyén (Kossuth, 2006.) 6. Némethné Gál Andrea: Általános statisztika (Tri-Mester, Tatabánya, 2000.)	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>1.) Készítsen szekunder kutatást, melynek keretében – felhasználva a rendelkezésre álló külső és belső (vállalati) adatforrásokat – elemzi a vállalat makropiaci helyzetét és javaslatokat fogalmaz meg az eredmények alapján a további fejlesztési irányokra!</p> <p>2.) Készítsen a rendelkezésre álló szekunder adatokra támaszkodva versenyhelyzet-elemzést, melyben értékeli a vállalat piaci helyzetét a versenytársakéhoz viszonyítva. Térjen ki az összes jelentős versenytárs piaci helyzetére, ill. a saját vállalat pozíciójára előbbiekhöz viszonyítva. Idősor-elemzéssel értékelje az elmúlt években bekövetkező piaci változásokat!</p> <p>3.) Készítsen kérdőíves elemzést a vállalat ügyfeleinek körében a vállalkozás által nyújtott szolgáltatásról (ill. gyártott termékről). Figyelembe véve a vállalat célcsoportjainak elvárásait, a vállalat termékpolitikáját, árpolitikáját, disztribúciós rendszerét és kommunikációját, vizsgálja meg a vállalat szolgáltatásának/termékének piaci megítélését!</p>
-------------------------	---

	<p>4.) Készítsen kérdőíves vizsgálatot a vállalat ügyfeleinek/vásárlóinak körében az alábbi témák egyikében:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vállalat termékeinek ár-érték viszonya • A vállalat termékeinek elérhetősége - értékesítési csatorna politika • Vállalati kommunikáció és márkaismertség <p>5.) Készítsen kvalitatív módszerekkel vizsgálatot (pl. mélyinterjú) a vállalat termékeinek/szolgáltatásainak piaci megítéléséről! Komparatív (összehasonlító) vizsgálat keretében tárja fel a vállalat helyzetét a versenytársakhoz viszonyítva!</p> <p>6.) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 6-8 oldal (kb. 10.000 N) terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatfeldolgozás – együttműködésben a vállalat egyes részlegeivel, az adatok birtokosaival, adatelemzés és értékelés (kvantitatív és/vagy kvalitatív), valamint az eredmények prezentációja.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Statisztika I; Statisztika II., Marketing, Informatika</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Emberi erőforrásgazdálkodás és menedzsment		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Human resource management			
Oktatás nyelve:	Magyar			Kreditpont:	3
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 0	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 0	gyakorlat: 8	labor:	
Előfeltételi tárgy(ak):	Vezetés, szervezés				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Megyesi Péter			beosztása:	gazdasági tanár
Oktató(k):	Megyesi Péter				

A tárgy célja:	A tárgy azokat az elméleteket és módszereket mutatja be, amelyek lehetővé teszik a munkaszervezetekben dolgozó emberek hatékony alkalmazását. A tárgy célja, hogy a hallgatók megértsék az emberi erőforrás fontosságát, jelentőségét, valamint a vezetők és beosztottak magatartását a szervezetek életében, továbbá hogy megismerjék a kialakítható humán stratégiát, a stratégiát segítő és ahhoz legjobban alkalmazható módszert, a módszer várható hatásait, következményeit. Kiemelt célként kezelve a hatékony emberi erőforrás gazdálkodáshoz szükséges folyamatok megismerését és alkalmazást.
-----------------------	---

A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A tárgy elvégzése után a hallgatók megtanulják egy adott munkahely emberi erőforrás szükségletének megtervezését; rendelkeznek az emberi erőforrás hatékony alkalmazásához szükséges módszerek ismeretével; megismerik az EEM tervezés lépéseit, a stratégiai EEM tervezés feltételeit és folyamatát; elsajátítják a kompetencia-alapú munkaerő-kiválasztás és értékelés módszerét; megismerik azokat a mutatószámokat, amelyek pontosan követik a hatékony munkaerő gazdálkodás folyamatának számszerűsíthető tényezőit.
	képesség	A hallgatók képesek lesznek egy munkahely emberi erőforrás-szükségletének megtervezésére; képesek lesznek a kompetencia alapon működő HR módszerek alkalmazására; a tárgy hozzájárul a következő képességek fejlesztéséhez: általános szervezési és tervezési képességek; humán elvének alkalmazásához szükséges képességek; szociális kompetencia; tervezési és szervezési képesség.
	attitűd	A minőségi munkavégzés érdekében proaktív magatartást tanúsít, csoportos feladatvégzés esetén együttműködő, kezdeményező. Befogadó mások véleménye iránt. Törekszik a folyamatos tanulásra.
	autonómia és felelősség	Saját munkakörében képes önálló döntéseket hozni; képes a másokat a humán elve alapján irányítani, munkájáért teljes felelősséget vállalni; képes az önálló munkavégzésre.

A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Az emberi erőforrás menedzsment szerepe a szervezetekben - az EEM speciális jellege - az EEM modellje - EEM tevékenységek - EEM időhorizontjai - stratégia és politika az EEM-ben, a SEEM modellje. 2. Az EEM magatartástudományi alapjai - a szervezeti magatartás, a szervezeti viselkedés, a megismerés - a hatalom és a befolyásolás, Etzioni-féle modell, politika a szervezet életében. 3. A motiváció alapjai, a hatékony vezetés - a beállítódás, a magatartás változásának eszközei, a tanulás, az OB Mod értékelés, a büntetés - motivációelméletek – Maslow, Herzberg, Porter-Lawler modellek - vezetői hatékonyság – vezetői mátrix (Blake-Mouton), kontingenciaelmélet – Fiedler-féle modell, Vroom-Yetton modell.)
---------------------------	---

	<p>4. A csoportmunka jelentősége. A szervezet változásai. Konfliktusok a szervezetben - csoporttípusok, csoportszerepek, a csoport fejlődése - változások típusai, lépései, a változtatás stratégiája, ütemezése - a konfliktus megítélése, konfliktusforrások, a stressz.</p> <p>5. Az EEM kulcstevékenységei. A munkakörelemzés. Az emberi erőforrások tervezése - a munkakörelemzés folyamata, a munkaköri leírás - a humán politika.</p> <p>6. Az EEM kulcstevékenységei. A munkakörelemzés. Az emberi erőforrások tervezése - a munkakörelemzés folyamata, a munkaköri leírás - a humán politika</p> <p>7. Munkaerő-toborzás és – kiválasztás - tesztek, interjúk, AC, DC – döntés.</p> <p>8. Munkaerő-fejlesztés, képzés - a képzés célja, jelentősége - a képzési terv. A karrier</p> <p>9. Teljesítményértékelés. Bérezés és ösztönzés.</p> <p>10. Az emberi erőforrások értékelése. - a teljesítményértékelés célja, az értékelés tárgya, kritériumai, eszközei.</p>	
Oktatási módszerek:	nappali:	ppt-prezentáció – indokolt esetben webinárium keretében, gyakorlati példák, esettanulmányok felhasználásával, ennek célja az EEM tevékenységek tartalmának megismerése, a munkahelyek mindennapi működési folyamataiban a HR munka fontosságának feltérképezése. Alkalmazott módszerek: közös, kis csoportos feladatmegoldások, esettanulmányok elemzése megadott szempontok alapján, kis előadások, prezentációk tartása önállóan választott szakmai témákból – megadott források alapján.
	levelező:	ppt-prezentáció – indokolt esetben webinárium keretében, gyakorlati példák, esettanulmányok felhasználásával, ennek célja az EEM tevékenységek tartalmának megismerése, a munkahelyek mindennapi működési folyamataiban a HR munka fontosságának feltérképezése. Alkalmazott módszerek: közös, kis csoportos feladatmegoldások, esettanulmányok elemzése megadott szempontok alapján.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	Gyakorlati jegy
	nappali:	Szemináriumi feladatok megoldása, aktivitás 30 pont; önálló beadandó feladat – egy munkahely HR tervezési rendszerének bemutatása 50pont; önálló hallgatói prezentáció egy szakmai cikk alapján 20 pont.
	levelező:	Szemináriumi aktivitás 20 pont. Egy esettanulmány elemzése – beadandó feladat -1. 40 pont; Egy önállóan választott munkahelyi HR tevékenység folyamatának kidolgozása, bemutatása - beadandó feladat – 2. 40 pont.
	osztályozás:	60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	1. Bokor – Attila – Szóts-Kováts Klaudia – Csillag Sára – Bécsi Katalin – Szilas Roland – EMBERI ERŐFORRÁS MENEDZSMENT – Bologna – Tankönyvsorozat, Aula Kiadó 2014.	
Ajánlott irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dr. Gyökér Irén, Humánerőforrás-menedzsment – Műszaki Könyvkiadó 2. Karoliny, Farkas, Poóor, László Gyula: Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv KJK - Kerszöv 2004. Budapest 3. Bakacsi, Bokor, Császár, Gelei, Kováts, Takács: Stratégiai emberi erőforrás menedzsment KJK – Kerszöv 2000. Budapest 4. Klein Sándor: Munkapszichológia, EDGE 2000 5. Mike Losey – Dave Ulrich – Sue Meisinger: A HR jövője, Az emberierőforrás-menedzsment perspektívái HVG Kiadó 2006 	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<ol style="list-style-type: none"> 1.) A vállalati struktúrában pozícionálja a HR részleg helyét. Ismerje meg a HR részleg szervezeti felépítését, összetételét! <ol style="list-style-type: none"> a) Térképezze fel a HR részleg kapcsolatrendszerét. A kapcsolati hálóban helyezze el a részleg egyes szakmai területeinek feladatait. b) Határozza meg a feladatok teljesítéséhez szükséges kompetenciákat! 2.) Figyelje meg és elemezze a vállalat kultúráját! <ol style="list-style-type: none"> a) Gyűjtse össze a vállalati kultúra látens és mélyebb tényezőit, értékeit. Figyelje meg ezek „működését” hatását. b) Vizsgálja és elemezze a vállalati kultúra és a szervezeti magatartás, viselkedés összefüggéseit, különös tekintettel a döntések és a kommunikáció folyamataira. 3.) A vállalati kultúra tényezői közül válassza ki azokat, amelyek jelentős mértékben hatással vannak a munkahely HR tevékenységére. Vizsgálja ezek kölcsönhatását! <ol style="list-style-type: none"> a) Határozza meg és részletesen elemezze azokat a HR tevékenységeket, amelyek kulcsfontosságú szerepet töltenek be vállalati kultúra alakításában, formálásában. b) Elemezze, hogy ezek a tevékenységek milyen kompetenciákat kívánnak a HR munkát végző szakemberektől 4.) A vállalatnál figyelje meg, gyűjtse össze és rendszerezze a munkahelyi légkör jellemzőit és az azokat befolyásoló hatásokat, tényezőket. <ol style="list-style-type: none"> a) Jellemezze a vállalat munkahelyi légkörét – elsősorban az interperszonális kapcsolatok és a kommunikáció jellemzői alapján. b) Keressen összefüggést a munkahelyre jellemző vezetői stílusok és a munkahely légköre között. c) Vizsgálja, elemezze a HR munkájában azokat a feladatokat, amelyek jelentős mértékben hatással vannak a munkahelyi légkörre. 5.) Térképezze fel a vállalatnál a csoport munka és az egyéni munkavégzés arányát, súlyát! <ol style="list-style-type: none"> a) Készítse el az egyéni munkavégzéshez kapcsolódó munkakörök kompetencia modelljét! b) Határozza meg a csoportmunka végzése során a legfontosabb csoportszerepeket –a M. Belbin – féle csapattag típusok szerint. 6.) Rendszerezze a vállalat HR tevékenységét az alábbiak alapján: <ol style="list-style-type: none"> a) A szervezet egészét érintő tevékenységcsoportok – ezek jellemzői b) A munkatársakat érintő, stratégiai szintű tevékenység csoportok és ezek jellemzői c) A munkatársakat érintő, operatív szintű tevékenység csoportok és ezek jellemzői 7.) Ismertesse a vállalat ösztönzési rendszerét! <ol style="list-style-type: none"> a) Határozza meg az ösztönzési politika alapelveit, az alapelveket működtető ösztönzési formákat b) Vizsgálja, elemezze ezek működését, hatását. c) Keressen összefüggéseket a vállalat ösztönzési politikája és teljesítményértékelési rendszere között. 8.) Mutassa be a vállalat teljesítményértékelési rendszerét! <ol style="list-style-type: none"> a) Fogalmazzon meg és elemezze a teljesítményértékelés alapelveit b) Vizsgálja a teljesítményértékelési rendszer érthetőségét, elfogadását c) Vizsgálja a teljesítményértékelési és az ösztönzési rendszer kapcsolatát, összefüggéseit. 9.) Mutassa be a vállalat, toborzási és kiválasztási tevékenységét! <ol style="list-style-type: none"> a.) Ismertesse és elemezze a toborzási módszereket b.) Ismertesse és elemezze a kiválasztási módszereket c.) Mutassa be a tevékenység folyamatát a HR részleg munkájában.
-------------------------	---

	<p>10.) Ismertesse a vállalat oktatási, képzési rendszerét.</p> <p>a.) Határozza meg a jellemző képzési formákat – ezeket rendszerezze munkakörök alapján</p> <p>b.) Vizsgálja a kompetencia szerinti elvárások és a képzési formák tartalma, módszerei közötti összefüggéseket</p> <p>c.) Keresse meg a felnőttképzés sajátosságai közül azokat, amelyek jellemzőek a munkahelyre is – vizsgálja ezek módszertani alkalmazását.</p> <p>11.) A vállalat által megfogalmazott és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
--	--

A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A feladat megoldását 6-8 oldalas dolgozat formájában kell elkészíteni és a megadott határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára az alábbi elvárásoknak megfelelően:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pdf formátum, 12-es betűméret - címlap – név, Neptun kód, szak/specializáció, helyszín – a dolgozat címe és dátum - az alábbi fejezeti tagolás ajánlott: <ul style="list-style-type: none"> - a választott téma elméleti alapjai - a téma a vállalat gyakorlatában - a megadott szempontok szerinti tartalmi kifejtés - összegzés <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
--	--

A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló kutatás, megfigyelés, adatgyűjtés. Egy vállalat működési rendszerének, folyamatainak konceptuális megismerése, áttekintése. Kognitív gondolkodás fejlesztése. Gyakorlatorientált témafeldolgozás, elméleti és gyakorlatban alkalmazott tényezők közötti összefüggések elemzése, megismerése.</p>
--	--

A feladat által érintett további tantárgyak	Vezetés, szervezés; Vállalati gazdaságtan
--	---

Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen</p> <p>60 - 69 pont: elégséges</p> <p>70 - 79 pont: közepes</p> <p>80 - 89 pont: jó</p> <p>90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitézésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>
------------------	---

A tárgy címe:	magyarul	Fogyasztói és szervezeti vásárlási magatartás		Tárgykód:	
	angolul	Consumer and Organizational Purchasing Behaviour			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	Marketing				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Köbli Ádám			beosztása:	adjunktus
Oktató(k):	Köbli Ádám				
A tárgy célja:	A tantárgy célja a fogyasztók (vásárlók) magatartásának, illetve az azt befolyásoló szociológiai, pszichológiai és közgazdasági tényezők megismerése és megértése, mind a fogyasztói mind a szervezeti piacon.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A kurzus során a hallgatók megismerik a fogyasztók vásárlási döntési folyamatát, a kulturális környezet, a társadalom, a család, a háztartás és a referenciacsoportok hatását a vásárlási folyamatra, illetve a fogyasztó pszichológiáját: észlelését, tanulását, személyiségét, motivációját és attitűdjeit. A hallgatók megismerik a fogyasztás legújabb trendjeit, azok komplex vizsgálatát és elemzését.			
	képesség	A tárgy ismeretanyagának elsajátítása által a hallgatók megismerik a fogyasztói döntések mechanizmusát és befolyásolhatóságát, ezáltal hatékonyan képesek alkalmazni a megfelelő eszközöket a marketing és értékesítési munkában, illetve a vállalati stratégiai döntések meghozatalában. A hallgatók megértik az egyéni fogyasztó döntéseinek lényegét, így hatásosabban és eredményesebben képesek a marketingstratégiák kidolgozására.			
	attitűd	A hallgató nyitott az új ismeretek, módszertanok befogadására, munkája minőségével szemben igényes. Befogadó mások véleménye iránt, beleértve a társadalmi, kulturális, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is.			
	autonómia és felelősség	A hallgató képes az önálló véleményalkotásra és érvelésre és felelősséggel részt vállal a kereskedelmi és marketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fogyasztói magatartás. A fogyasztói magatartás kutatásának szerepe a marketingben, a fogyasztó magatartás és a marketingstratégia összefüggései. A fogyasztás növekedése a világban. 2. A kultúra és a fogyasztói magatartás. A kulturális különbségek és kulturális dimenziók mérése. A kultúra tanulása, értékek és normák. 3. Társadalmi rétegződés és életstílus. Életstílus kutatások, társadalmi szerepek, nemi szerepek. 4. A fogyasztói magatartást meghatározó csoporthatások: referenciacsoportok. Befolyásolás, véleményvezetők. Az innováció terjedése. 5. Család és háztartás. Döntési szerepek a családban. A gyermekek, idősek, szinglik csoportja. 6. A percepció, az ismeretek alkalmazása a marketingkommunikációban. 7. A fogyasztói magatartást befolyásoló pszichológiai tényezők: tanulási elméletek. 8. A fogyasztói magatartást befolyásoló pszichológiai tényezők: motiváció. Motivációs elméletek. 				

	<p>9. A fogyasztói magatartást befolyásoló pszichológiai tényezők: személyiség. Az érzelmek szerepe.</p> <p>10. Attitűd. Attitűd, mérése, megváltoztatása, vásárlói előítéletek.</p> <p>11. A fogyasztói magatartás trendjei.</p> <p>12. Vásárlás döntési keretei. Üzletválasztási döntések, szituáció.</p> <p>13. A vásárlási döntési folyamat. Szakaszai, típusai, a vásárlási szituáció osztályozása.</p> <p>14. Fogyasztói magatartás kutatás készítése, beadandó dolgozat, prezentáció.</p>
Oktatási módszerek:	<p>nappali: <u>Előadás:</u> Az előadások célja az elmélet összefüggéseinek bemutatása, illetve a fogyasztói magatartás trendjeinek ismertetése: aktuális kutatások, szekunder források ismertetése, elemzése.</p> <p><u>Szeminárium:</u> A tantárgy oktatása során nagy hangsúlyt kap a fogyasztóval kapcsolatos ismeretek gyakorlati felhasználási lehetőségeinek tárgyalása, így a piackutatással, marketingkommunikációval, valamint a marketingstratégiával kapcsolatos összefüggések elemzése, esettanulmányokon, példák, feladatokon, videókon keresztül.</p>
	<p>levelező: Az oktatás webinárium keretében folyik, a felvett előadások visszanezhetők. A foglalkozásokon sor kerül egyrészt a fogalmak és módszerek elméleti ismertetésére példákkal alátámasztva, az elmélet összefüggéseinek bemutatására, illetve a fogyasztói magatartás trendjeinek ismertetésére: aktuális kutatások, szekunder források ismertetése, elemzése.</p> <p>Az időkeret korlátaihoz alkalmazkodva megismerjük esettanulmányok, feladatok, példák és videók segítségével a piackutatás, marketingkommunikáció legújabb, fogyasztói magatartásra hatással lévő trendjeit, módszereit.</p>
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	<p>értékelés módja: gyakorlati jegy</p>
	<p>nappali: A számonkérés feltétele: zh + házidolgozat + prezentáció A hallgatók egy írásbeli dolgozat (félév anyagát magában foglaló írásbeli dolgozat) + egy saját házidolgozat leadása (a tantárgy témájába vágó, min. 10 oldal, szakirodalom-feldolgozást és önálló kutatást is tartalmazó elemzés - a témát a szemináriumvezetővel kell egyeztetni) + a házidolgozathoz készített kiselőadás (10 perc hosszúságú ppt-s bemutató) értékelése alapján érhetnek el pontokat (mindhárom részfeladatban szükséges külön-külön a 60% elérése a sikeres számonkéréshez).</p>
	<p>levelező: A számonkérés feltétele: zh + házidolgozat A hallgatók egy írásbeli dolgozat (félév anyagát magában foglaló írásbeli dolgozat) + egy saját házidolgozat leadása (a tantárgy témájába vágó, min. 10 oldal, szakirodalom-feldolgozást és önálló kutatást is tartalmazó elemzés - a témát a szemináriumvezetővel kell egyeztetni) értékelése alapján érhetnek el pontokat (mindkét részfeladatban szükséges külön-külön a 60% elérése a sikeres számonkéréshez).</p>
	<p>osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles.</p>
Kötelező irodalom:	<p>1. Hofmeister-Tóth Ágnes (2014): A fogyasztói magatartás alapjai. Akadémiai Kiadó, Budapest</p> <p>2. Töröcsik Mária (2011): Fogyasztói magatartás - Insight, trendek, vásárlók. Akadémiai Kiadó, Budapest</p>
Ajánlott irodalom:	<p>1. Kotler Ph. – Keller K.L. (2006): Marketing menedzsment, Akadémiai, Bp – 7. fejezet</p> <p>2. Michael R. Solomon (2010): Consumer Behavior – buying, having and being (5th or later Edition) Pearson Higher Education, Prentice Hall, ISBN-13: 9780136110927,</p>

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

<p>Projektfeladatok</p>	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>1.) Értékelje a vállalat fogyasztói körét, célcsoportjait! Jellemezze, hogy a vállalat hogyan végezte a piacszegmentációt, milyen szegmentációs változókat alkalmazott és miként választotta ki a célcsoportjait! Határozza meg, hogy a vállalat a piac mely szintjét szegmentálta! Elemezze, hogy a vállalat milyen rendszerességgel tekinti át a célcsoportjait és milyen formában végez ismételt piacszegmentációt, amennyiben ezt szükségesnek tartja. A vállalat jövőbeni stratégiai és operatív terveit szem előtt tartva tervezze meg, hogy mikor, milyen változók mentén, milyen piacszegmentációs módszert alkalmazva kellene a vállalatnak ismételt szegmentálnia a piacát.</p> <p>2.) Amennyiben az Ön által kiválasztott vállalat több célcsoport igényeit elégíti ki a termékeivel és szolgáltatásaival, jellemezze, hogy ezen többféle fogyasztói csoportot miként különbözteti meg a vállalat! Szöveges értékelésében térjen ki a vásárlás előtti, a vásárlás közbeni és a vásárlás utáni szolgáltatási elemekre a vállalat stratégiai és operatív terveinek a tükrében!</p> <p>3.) Értékelje, hogy a vállalat milyen adatokat gyűjt a fogyasztóiról, ezeket az adatokat hogyan elemzi, és mire használja fel őket! Milyen adatgyűjtési módszertant alkalmaz a vállalat? Az összegyűjtött adatokat ki használítja? Az adatokból hogyan állít elő a vállalat információkat? Elemezze, hogy a vállalat a fogyasztóival kapcsolatban gyűjtött információkat milyen formában építi be a tevékenységeibe, illetve a középtávú stratégiai és operatív terveibe.</p> <p>4.) Megfigyeléses és megkérdezéses módszerrel határozza meg a vállalat esetében megjelenő fogyasztói típusokat! Értékelje, hogy a vállalat fogyasztói homogén közösséget alkotnak-e vagy heterogén csoportokba rendezhetőek. Milyen fogyasztói magatartási mintákkal találkozott? Vannak-e olyan speciális fogyasztói magatartási formák a vállalat életében, amelyek különleges megközelítést igényelnek?</p> <p>5.) Azonosítsa a vállalat munkatársait, valamint azt, hogy az egyes munkatársak milyen szakmai kapcsolatban állnak egymással! Értékelje, hogy vállalat életében milyen típusú, stratégiai és operatív szintű döntési szituációk vannak, illetve, hogy ezekben a szituációkban az egyes munkatársak közül ki, és milyen szerepkörben vesz részt. Határozza meg a vállalat beszerzési központját, ennek résztvevőit, ezek szerepét és a közöttük levő szakmai kapcsolatokat!</p> <p>6.) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
<p>A feladat megoldásának formai követelményei</p>	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
<p>A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák</p>	<p>Önálló adatgyűjtés, az adatok értékelése és kritikai elemzése. A fogyasztói magatartás egyes részterületeinek gyakorlati példákon keresztül értelmezése és vállalati stratégiába illesztése.</p>

A feladat által érintett további tantárgyak	Marketing, Marketingkutatás
--	-----------------------------

Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>
------------------	---

A tárgy címe:	magyarul	Stratégiai és üzleti tervezés		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Strategic and Business Planning			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor:	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor:	
Előfeltételi tárgy(ak):	Vezetés, szervezés, Vállalati pénzügy				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Bartók István			beosztása:	egyetemi docens
Oktató(k):	Dr. Bartók István				
A tárgy célja:	A tárgy célja, hogy segítsen elsajátítani a stratégiai menedzsment integráló szemléletét és eszköztárát.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.			
	képesség	A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.			
	attitűd	A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.			
	autonómia és felelősség	Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bevezetés a stratégiába 2. A stratégiai célok 3. A makro környezet 4. A mikro környezet 5. A vállalat társadalmi felelőssége 6. A vállalati kultúra 7. A képességek és a VRIS 8. Az értéklánc és a SWOT 9. A versenysztratégia 10. A vállalati stratégia . 11. A diverzifikációs stratégia 12. A nemzetközi stratégia 13. Az innováció kezelése 14. A szövetségek 15. A stratégia megvalósítása 				
Oktatási módszerek:	nappali:	A stratégia menedzsment elméletének megismerését az írott tananyag és az előadások segítik. A gyakorlati üzleti problémák megoldásához szükséges ismeretek és készségek elsajátítása, fejlesztése a szemináriumok keretében történik. A szemináriumok és részben, az előadások is, a résztvevők aktív közreműködésére épülnek.			
	levelező:	A stratégia menedzsment elméletének megismerését az írott tananyag és az előadások segítik. A gyakorlati üzleti problémák megoldásához szükséges ismeretek és készségek elsajátítása, fejlesztése a szemináriumok keretében			

		történik. A szemináriumok és részben, az előadások is, a résztvevők aktív közreműködésére épülnek.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	gyakorlati jegy
	nappali:	50% félévközi zh-k (25-25%) 30% szemináriumi feladatok csoportos megoldása 15% szemináriumi részvétel és közreműködés 5% előadás kérdés
	levelező:	50% Zárthelyi, melyet a vizsgaidőszakban is lehet teljesíteni 50% szemináriumi feladat
	osztályozás:	Osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles.
Kötelező irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bartók István: Üzleti tervezés. Edutus Főiskola. Tatabánya. 2013. 2. Bartek Lesi M. - Bartók I. – Czakó E. – Gáspár J. – Könczöl E. – Pecze K.: Vállalati stratégia. Alinea Kiadó. Budapest. 2007. 	
Ajánlott irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Balaton Károly – Tari Ernő (szerk): Stratégiai és üzleti tervezés. Aula. Budapest. 2007. 2. Johnson, Gerry – Scholes, Kevan – Whittington Richard: Fundamentals of Strategy, 2nd edition, Pearson Education Limited. 2012 3. Campbell, David – Edgar, David – Stonehouse, George: Business Strategy. Palgrave McMillan. 2011. 4. Csath Magdolna (2004): Stratégiai tervezés és vezetés a 21. században. Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest 5. Porter, Michael. E. (1993): Versenystratégia, Akadémiai Kiadó, Budapest 	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi, különböző típusú feladatcsoportok közül a hallgatónak tetszőlegesen egy feladatcsoportot kell kiválasztania, és abból egy feladatot a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>ÜZLETI KÖRNYEZET ELEMZÉSE FELADATOK</p> <p>1. A makro környezet Jellemezze a vállalat makro környezetének főbb, a követett stratégia szempontjából meghatározó tulajdonságait. Készítsen PESTEL elemzést.</p> <p>2. A mezo környezet Mutassa be a vállalat vagy egy választott üzletága mezo (szektorális) környezeti jellemzőit. Használja a PORTER-féle ÖTTÉNYEZŐS IPARÁGI VERSENY modellt a környezet versenyviszonyainak és a szereplők gazdasági erejének ismertetésére.</p> <p>3. A mikro (belső vállalati) környezet Mutassa be a vállalat főbb erősségeit, fejlesztendő területeit és ezek alapján hogyan használhatná ki a külső környezetből adódó üzleti lehetőségeket, illetve hogyan tudná csökkenteni a kockázatokat, fenyegetéseket? Használjon SWOT elemzést. Indokolja meg, hogy miért választana offenzív stratégiát (erősségekre alapozva, vagy a fejlesztendő területek erősítésével a lehetőségek maximalizálása) vagy éppen defenzív stratégiát (erősségekre alapozva vagy a fejlesztendő területek erősítésével a kockázatok és a veszélyek minimalizálása vagy elkerülése)</p> <p>VÁLLALATI ERŐFORRÁSOK ELEMZÉSE</p> <p>4. A képességek Értékelje a VRIO modell segítségével a vállalat erőforrásait és képességeit.</p> <p>5. RC modell Az erőforrás és képesség alapú elmélet mentén elemezze a vállalat külső és belső környezetét, valamint folyamatait.</p> <p>6. Magkompetenciák (Core competences) Hamel és Parhalad elmélete (magkompetenciák) alapján mutassa be a főbb erősségeket és gyengeségeket, különös tekintettel a vállalati kiszervezésekre.</p> <p>STRATÉGIAI –ÜZLETI TERVEZÉS</p> <p>7. Tervezés és megvalósítás A tervezés megvalósulása, az adott cégnél meglévő tervezés evolúciós foka (Költségvetés / Előrejelzésen alapuló tervezés / Stratégiai tervezés / Stratégiai menedzsment) Mik az egyes szakaszok jellemzői – különös tekintettel a köztük lévő különbségekre?</p> <p>8. Üzleti terv készítés Készítsen egy három évre szóló vállalati operatív üzleti tervet. Kövesse az üzleti terv készítésének szabályait, mutassa be a céget, a termékeket/szolgáltatásokat, a működési folyamatokat, a szervezeti felépítést, feladat és hatásköröket, a gyártásba viteli, pénzügyi, marketing tervvel együtt. Csatolja a szükséges mellékleteket is.</p> <p>STRATÉGIAI DÖNTÉSEK</p> <p>9. A vállalati stratégia Jellemezze a vállalat által követett stratégiát. Az üzleti egységek szerepének bemutatására használja a BCG, GE és Ashridge portfólió mátrixokat.</p> <p>10. Fejlődési irányok</p>
-------------------------	--

	<p>Mutassa be milyen stratégiai fejlődési lehetőségekkel rendelkezik a vállalat a piacok és termékek vonatkozásában, a nemzetközi terjeszkedés tekintetében és a szövetségi kapcsolatok kiaknázása vonatkozásában.</p> <p>11. 5P módszer Mutassa be a vállalat stratégiáját az 5P (Plan – Pattern – Position – Perspective – Ploy) mentén.</p> <p>12. Közös duális project feladat A vállalat által megfogalmazott és az aktuális félév elején az Edutus Egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló információgyűjtésre, kutatómunkára való alkalmasság, az információk rendszerezésének és az elméleti modellek gyakorlati alkalmazásának képessége, önálló véleményalkotás, kreatív gondolkodás.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Vállalati gazdaságtan, Marketing, Transznacionális vállalatok gazdaságtana, Kontrolling</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitzűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Marketingtervezés		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Marketing planning			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	4
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 6	gyakorlat: 10	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	Marketing				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Kandikó József			beosztása:	Prof. Emeritus
Oktató(k):	Dr. Kandikó József				
A tárgy célja:	A tantárgy célja a marketing módszerek gyakorlati alkalmazásának, begyakorlása. Ezen belül foglalkoznak a marketingterv elemeinek tartalmi és számszerű meghatározásával; feladat a vállalati és piaci információk alapján a konkrét célok kijelölése, valamint a marketingdöntések hatásának, eredményének és hatékonyságának elemzése.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A tárgy elsajátításával a hallgatók megtanulják a különböző marketingdöntések előkészítésének menetét, a szükséges információk meghatározását, az információk értékelését és azok alapján a releváns következtetések levonását. Megismerik a legfontosabb piaci és marketing mutatókat, a terv számszerű meghatározásának körülményeit, számításait és kockázatmérlegelését, a marketing feladat tartalmi kidolgozásához szükséges instrukciók megfogalmazását. Az elemzések és a számszerű terv verbális formába öntését.			
	képesség	A tárgy oktatásában végrehajtandó gyakorlati feladatok alkalmassá teszik a hallgatót a marketing problémák, döntési helyzetek felismerésére, az információk elemzésére, a marketingdöntések (célok, feladatok, ráfordítások) számszerűsítésére, a terv- és a hatékonysági számítások elvégzésére, a számszerű eredmények szöveges elemzésére, értékelésére.			
	attitűd	A feladatok a problémaérzékenység és a nyitottság fejlesztésére alkalmasak. A csoportos feladatmegoldás a közös gondolkodáshoz, együttes munkavégzéshez szükséges attitűd fejlesztését biztosítja. A közösen szerzett pontok csoporton belüli elosztása a végzett munka értékelésének csoportban való meghatározását és elfogadtatást, illetve elfogadását modellezi.			
	autonómia és felelősség	A hallgatónak a közös munka mellett is meg kell őriznie autonómiáját, mert az évközi dolgozatok során egyéni értékelés alapján kell megválaszolnia a csoportos munkához kapcsolódó egyedi kérdéseket. A közös munka eredményének a félévi érdemjegybe való beépítése a csoport eredménye iránti felelősséget fejleszti.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A marketingtervezés alapjai: célok és eszközök meghatározása. A tervezési modellek bemutatása. A mérhetőség kérdése, a legfontosabb marketingmutatók. 2. Helyzetelemzés a korábbi adatok alapján. Értékesítési tendenciák vizsgálata, életgörbe elemzés, szezonáltság. Termékszerkezet-, átlagár-elemzések. Piaci szereplők, versenytársak, a piaci koncentráció vizsgálata. 3. A vevők, célcsoportok és a termékek/szolgáltatások összehangolása. A termék elfogadása és penetrációja a piacon, márkafejlettség. A vevőelégedettség mérése, a termék pozicionálása. 4. Primer adatgyűjtés a marketingterv összeállításához. Skálakérdések feldolgozása, értékelése. 5. Az ártervezés feladatai: ár rugalmasság, árképzés, ár-érték vizsgálat, az áralapú stratégiája. 				

	6. Az értékesítési rendszer és a promóciók megtervezése. 7. A marketingmix hatékonyságának tervezése. A ROMI mutatója.
Oktatási módszerek:	nappali: Az előadások keretében a témakör elméleti része, összefüggései és számítási módszerei kerülnek bemutatásra, a tananyag Excel fájl példájának segítségével. A gyakorlati foglalkozáson egy közösen végzett Excel gyakorlati példán ismerik meg a hallgatók a mutatószámokat, a kiszámításukhoz szükséges adatokat, a kapok értékek elemzési tartományát, és értékelését. Minden gyakorlati foglalkozás végén és utána házi feladatként a kiscsoportos feladatok a saját esettanulmányukat fejlesztik a tanult tananyag részekkel, értékelik és elemzik a kapott adatokat.
	levelező: Az előadások keretében a témakör elméleti része, összefüggései és számítási módszerei kerülnek bemutatásra, a tananyag Excel fájl példájának segítségével. A gyakorlati foglalkozáson egy közösen végzett Excel gyakorlati példán ismerik meg a hallgatók a mutatószámokat, a kiszámításukhoz szükséges adatokat, a kapok értékek elemzési tartományát, és értékelését. Minden gyakorlati foglalkozás végén és utána házi feladatként a kiscsoportos feladatok a saját esettanulmányukat fejlesztik a tanult tananyag részekkel, értékelik és elemzik a kapott adatokat.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja: Gyakorlati jegy
	nappali: Öt házi feladatot kell benyújtani, ezek 0-10 ponttal lesznek értékelve. A csoport pontszámának meghatározásához az öt dolgozat értékelését megszorozzuk a csoport létszámával. Ezt az összes pontszámot a csoport osztja szét tagjai között a végzett munka, hozzájárulás arányában. Ezt a pontot írásban közlik a gyakorlatvezetővel a második dolgozat megírása előtt. A félév során két felmérő dolgozat, ahol a csoport tagjai a közös adatbázis alapján, de egyéni feladatokat dolgoznak ki, és egyéni pontszámokat kapnak, maximum 2 x 25 pontot.
	levelező: Öt házi feladatot kell benyújtani, ezek 0-10 ponttal lesznek értékelve. A csoport pontszámának meghatározásához az öt dolgozat értékelését megszorozzuk a csoport létszámával. Ezt az összes pontszámot a csoport osztja szét tagjai között a végzett munka, hozzájárulás arányában. Ezt a pontot írásban közlik a gyakorlatvezetővel a második dolgozat megírása előtt. A félév során két felmérő dolgozat, ahol a csoport tagjai a közös adatbázis alapján, de egyéni feladatokat dolgoznak ki, és egyéni pontszámokat kapnak, maximum 2 x 25 pontot.
	osztályozás: Az egyéni pontszámok összesítése alapján: 60 pont alatt – elégtelen, 60-69 – elégséges, 70-79 – közepes, 80-89 – jó, 90-100 pont – jeles
Kötelező irodalom:	1. Kandikó József (2017): Marketingtervezési számítások, EDUTUS elektronikus tananyag (fejezetek és Excel fájlok), amelyek a NEPTUN rendszerben letölthetők. 2. A NEPTUN rendszerből letölthető olvasmányok, gyakorló feladatok és Excel fájlok. 3. Cohen W.A. (2010): Marketingtervezés, Akadémiai Kiadó, Budapest
Ajánlott irodalom:	1. P.W. Farris–N.T. Bendle–P.E. Pfeifer–D.J. Reibstein (2008): Marketing mérések (50+ mutató) GfK Könyvek, Sclar Kiadó, Budapest 2. Józsa László (2014): Marketingstratégia, Akadémiai kiadó, Budapest 3. Write and implement a marketing plan (Forrás: http://www.business.qld.gov.au/business/running/marketing/write-implement-marketing-plan/implement-marketing-plan)

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) Mutassa be a vállalata marketing stratégiáját, annak fő pontjait és sajátosságait! A stratégia bemutatásakor fókuszáljon a célpiacok bemutatására, és azok sajátosságainak bemutatására! (STP-marketing) 2.) Hasonlítsa össze saját vállalata, ill. a versenytársak marketing stratégiájának fő sajátosságait! Elemezze a hasonlóságokat és különbségeket! 3.) Mutassa be, hogy milyen lényeges eltérések vannak vállalatának a különböző célcsoportok irányába kialakított marketing stratégiájában! Elemezze az eltéréseket és azok fő okait! (termékjellemzők, árpolitikai különbségek, disztribúció és értékesítés helye, kommunikáció) 4.) Mutassa be vállalata marketing stratégiájában bekövetkezett változásokat az elmúlt 5 évben? Hogyan alkalmazkodott a vállalat a folyamatosan változó piaci viszonyokhoz? 5.) Amennyiben külföldön is jelen van a vállalata (ill. annak anyavállalata) mutassa be, milyen stratégiai különbségek vannak az egyes országok között a marketingben! Hogyan alkalmazkodik a vállalat a különféle lokális piacok sajátosságaihoz? 6.) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején a Főiskolával egyeztetett projektfeladat. 7.) Vizsgálja meg és mutassa be a vállalat marketing információs rendszerét! Tegyen javaslatot a marketingkutató lehetséges céljaira és módszereire! Készítsen kutatási brief-t egy piackutató ügynökség számára. Javaslatát indokolja! 8.) Mutassa be egy, a vállalatnál korábban megvalósult konkrét kommunikációs kampány hatásosságát és hatékonyságát a marketingkontrolling mutatószámainak segítségével. Vonjon le belőle következtetéseket, és fogalmazzon meg javaslatokat egy következő kampányra vonatkozóan! 9.) Vizsgálja meg és elemezze a vállalat árképzési és árdifferenciálási gyakorlatát! Hogyan veszi figyelembe árképzése során a cég vevői értékítéletét, valamint versenytársai árait? 10.) Mutassa be és értékelje a vállalat értékesítési csatornáit és a célcsoport elérésének hatékonyságát! 11.) Készítse el egy új termék vagy szolgáltatás bevezetésének marketing tervét a vállalatnál! 12.) Határozza meg, kik alkotják a vállalat elsődleges vásárlói célcsoportját, s hogy azok, milyen attitűdökkel rendelkeznek a vállalat termékeivel/szolgáltatásaival kapcsolatban, milyen motivációk mozgatják a vásárlásaikat! Mutassa be a vállalat fogyasztóinak döntéshozatali folyamatát és vásárlási szerepköreit!
A feladat megoldásának	A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor

formai követelményei	számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők). A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	Elemzési készség, analitikus, elemző gondolkodásmód, stratégiai gondolkodásmód, rendszerszemlélet, kommunikációs képességek és prezentációs készség
A feladat által érintett további tantárgyak	Marketing, Marketingkutató, Kommunikáció és média, Alkalmazott informatika
Értékelés	A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható). <u>Értékelés:</u> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.

Specializációk tárgyai

A tárgy címe:	magyarul	Vállalati menedzsment online környezetben		Tárgykód:	
	angolul	Corporate Management in Online Environment			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	4
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	E –üzlet és kereskedelem				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Csiszér Tamás PhD			beosztása:	főiskolai docens
Oktató(k):	Köbli Ádám				
A tárgy célja:	A modern vállalatok a gyakorlatban egyre inkább az elektronikus rendszerekre támaszkodnak. Ehhez a projekt támogató szoftverek is egyre több módszertani feladatot vállalnak magukra. A hallgatónak el kell sajátítaniuk azt, hogy a hangsúly eltolódott az egyedi projektek irányításától a vállalati szintű, portfólió központú projektvezetés felé. Ezt nem csak előadások, hanem meghívott vállalati vezetők segítségével ismerik meg a kurzus résztvevői				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	Átfogóan ismeri a kereskedelem és marketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait, gazdasági, szakterületi szervezetek struktúráját, működését és kapcsolat-rendszerét, a szereplők viselkedését, az azt meghatározó külső és belső környezeti, viselkedési, döntési információs és motivációs tényezőket.			
	képesség	Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.			
	attitűd	Befogadó mások véleménye, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékek iránt (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).			
	autonómia és felelősség	Önállóan vezet, szervez, irányít gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet, munkacsoportot, illetve vállalkozást, kisebb gazdálkodó szervezetet, felelősséget vállalva a szervezetért és a munkatársakért.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A vállalati alaptevékenységek a 21. században 2. A modern vállalatok újszerű tevékenységei, az elektronikus rendszerek hatása a vállaltirányításra 3. Vállalkozások üzleti környezete (európai hatások, web-kapcsolatok) 4. Erőforrás-tervezés eszközei, a vállalatok új technológiákhoz alkalmazkodó munkavállalói 5. Szoftverfejlesztési projektek menedzselése, a vállalati igények felmérése és a szükséges outputok leírása 6. Adatbázisok használata, függőségi táblák, Gantt diagram, tevékenység-háló, felelősségi mátrix 7. Kockázatkezelés, elvárások és specifikációk 8. Életciklus modellek, implementálás 9. Cégsiker és szervezeti felépítés, üzleti sikermércék 10. Versenyelemzés gyakorlata (meghívott előadó) 11. Stratégiai menedzsment digitális tervezése és támogatása 12. Vállalati gyakorlatok (meghívott előadó) 				

Oktatási módszerek:	nappali:	<p><u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik és webinárium felvétel készül. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek, melyen a feltüntetett vázlatot csak ki kell egészíteniük.</p> <p><u>Szeminárium:</u> A által elkészített briefek megbeszélése, kiscsoportos módszerek (pl. mozaikmódszer) alkalmazásával kreatív és médiaterv elkészítése.</p> <p>A tárgyhoz kapcsolódó virtuális térben a hallgatók számára elérhetővé tesszük - az előadáslapok mellett - a teljes tananyag ppt-prezentációját.</p>
	levelező:	<p>Az oktatás webinárium keretében folyik, a felvett előadások visszanezhetők. A foglalkozásokon sor kerül a fogalmak és módszerek elméleti ismertetésére. Az előadás ppt-prezentáció segítségével folyik. A könnyebb követhetőség és jegyzetelés elősegítése céljából a hallgatók a Neptunból kinyomtatható előadáslappal érkeznek, melyen a feltüntetett vázlatot csak ki kell egészíteniük. A tárgyhoz kapcsolódó virtuális térben a hallgatók számára elérhetővé tesszük - az előadáslapok mellett - a teljes tananyag ppt-prezentációját, valamint a felületen lehetőség van fórum keretében kérdezni, konzultálni.</p>
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	Gyakorlati jegy
	nappali:	<p>A félév során, órai és az otthoni munkával a két feladatra 30-30 pont szerezhető, melyből legalább 15-15 pont szükséges a gyakorlati aláírás megszerzéséhez.</p> <p>Sikeres aláírás esetén további 40 pontot írásbeli dolgozat megírásával szerezhetnek a hallgatók</p>
	levelező:	<p>A félév során, órai és az otthoni munkával a két feladatra 30-30 pont szerezhető, melyből legalább 15-15 pont szükséges a gyakorlati aláírás megszerzéséhez.</p> <p>Sikeres aláírás esetén további 40 pontot írásbeli dolgozat megírásával szerezhetnek a hallgatók</p>
	osztályozás:	60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	1. Szentirmai Róbert: Vállalati szintű projektirányítás Microsoft Office Project 2010 segítségével Jedlik Oktatási Stúdió 2011	
Ajánlott irodalom:	1. Lőre Vendel: A tudástőke szerepe a vállalati stratégiában. IDRResearch Kutatási és Képzési Kft 2014	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) A vállalatra vonatkozóan gyűjtsön össze minden lényeges információt külső és belső információt –kiváltképp az online környezeti elemeket – mely alapján összeállítja a vállalati SWOT elemzést. 2.) A kiválasztott vállalat honlapjának elemzése, a fontosabb versenytársak honlapjainak összehasonlításával. A honlap elemzés és értékelés térjen ki a szolgáltatási, informálási és értékesítési tevékenységekre is. 3) A vállalat online értékesítési rendszerének bemutatása és a fontosabb beszállítók, alvállalkozók kapcsolódása. Az értékesítési rendszer elemzéséhez készítsen látogatottsági statisztikát is. 4) A vállalat stratégiai elképzeléseinek (lehetőleg online stratégia) sikeres vagy sikertelen megvalósításának bemutatása és következtetések, javaslatok összefoglalása. 5) A vállalat online árstratégiájának bemutatása, összehasonlítva iparági versenytársakkal. 6) A vállalat informatikai rendszerének bemutatása, történeti változásának, fejlődésének elemzése. Vállalaton belüli információszolgáltatások.
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők). A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló órai munka, illetve csoportmunkákban aktív részvétel. Adott feladat órán történő kidolgozása és prezentációkészítés. Internetes adatgyűjtés és rendszerezés megismerése, szakszerű egységes hivatkozási rendszer megismerése (pl. Harvard-rendszer).</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Informatika Statisztika Marketing</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Integrált vállalati kommunikáció	Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Integrated corporate communication		

Oktatás nyelve:	magyar	Kreditpont:	4
------------------------	--------	--------------------	---

Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor:
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor:

Előfeltételi tárgy(ak):	Kommunikáció és pszichológia
--------------------------------	------------------------------

Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék
-------------------------	------------------------------

Tárgyfelelős:	Dr. Duga Zsófia	beosztása:	főiskolai adjunktus
----------------------	-----------------	------------	---------------------

Oktató(k):	Dr. Duga Zsófia
-------------------	-----------------

A tárgy célja:	Az integrált vállalati szakmai kereteinek, alapjainak, alapfogalmainak megismertetése, mely bemutatja a kommunikáció helyét a vállalkozásokban, a tevékenység tervezésének folyamatát, elemzi a döntéseket meghatározó környezeti, piaci feltételeket, s megismerteti a hallgatókat az integrált marketingkommunikáció sokoldalú eszközrendszerével.
-----------------------	--

A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A kurzus sikeres befejeztével a hallgatók mélyebb ismeretekkel rendelkeznek a marketingkommunikációs stratégia megtervezésének, megvalósításának és ellenőrzésének folyamatáról. Megtanulják, hogyan kell egy szervezet, egy vállalkozás integrált kommunikációs stratégiáját megvalósítani. Felkészülnek a Corporate Identity koncepció megvalósítására és számos kommunikációs eszköz alkalmazásába betekintést nyernek.
	képesség	Megszerzett elméleti és gyakorlati ismereteik birtokában képesek marketingstratégia kialakítására, a tág értelemben vett marketingtevékenységek menedzselésére, különböző szervezetek, folyamatok és szakmai programok irányítására, a szükséges marketingeszközök tartalmának meghatározására, feladatok végrehajtásának koordinálására, kapcsolattartásra belső és külső funkciókkal, szervezetekkel. A Marketingkommunikáció hatékonyságának a mérésére, üzleti tárgyalások hatékony folytatására.
	attitűd	A tantárgy elősegíti a hallgatók stratégiai szemléletének továbbfejlesztését és elmélyítését, valamint rávilágít azokra az összefüggésekre, amelyek a többi menedzsment tantárgy keretében tanult stratégiai ismeretek és a marketingkommunikációs, vállalati stratégia menedzsment ismeretanyag között megmutatkoznak.
	autonómia és felelősség	Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális szakmai kérdések végiggondolását és adott források alapján történő kidolgozását. A szakterülete megalapozó nézeteit felelősséggel vállalja.

A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kommunikációs alapfogalmak 2. A marketing alapjai, marketingstratégia építése 3. Termék / szolgáltatás 4. A hitelesség, és annak elemei: a bizalom és márkázás 5. Arculat és imázs 6. PR és propaganda. A marketing és a PR viszonya. 7. Az integrált kommunikáció 8. A stratégiaépítés alapelemei 9. A kommunikációs célok meghatározása 10. Célcsoportok kiválasztása, kezelése
---------------------------	---

	<p>11. Üzenetek meghatározása, kezelése. Célcsoport-specifikus üzenetek.</p> <p>12. Eszközök: médiaeszközök, rendezvények, gerilla-eszközök</p> <p>13. On-line kommunikáció, Web2.0</p> <p>14. A hatékonyság mérése</p> <p>15. Belső kommunikáció</p> <p>16. CSR</p>
Oktatási módszerek:	nappali: <u>Előadás:</u> Interaktív típusú előadások, ppt prezentációkkal kiegészítve. <u>Szeminárium:</u> A témához kapcsolódó esettanulmányok feldolgozása, projektfeladatok, csoportos projektfeladat megoldása.
	levelező: <u>Előadás:</u> Interaktív típusú előadások, ppt prezentációkkal kiegészítve. <u>Szeminárium:</u> A témához kapcsolódó esettanulmányok feldolgozása, projektfeladatok, csoportos projektfeladat megoldása.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja: kollokvium
	nappali: A félév során egy kijelölt projektfeladat elkészítése és prezentálása, mely a tárgy értékelése során 30%-ban kerül beszámításra a végső jegy kialakításakor. A félév végén záródolgozat megírása, mely a tárgy értékelése során 70%-ban kerül beszámításra a végső jegy kialakításakor.
	levelező: A félév során egy kijelölt projektfeladat elkészítése, mely a tárgy értékelése során 30%-ban kerül beszámításra a végső jegy kialakításakor. A félév végén záródolgozat megírása, mely a tárgy értékelése során 70%-ban kerül beszámításra a végső jegy kialakításakor.
	osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	<p>1. Horváth D. – Bauer A.: Marketingkommunikáció Akadémiai Kiadó, Budapest. 2013.</p> <p>2. Dr. Roóz József, Dr. Heidrich Balázs: Vállalati gazdaságtan és menedzsment alapjai. Digitális tankönyvtár. 2013. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/0007_c1_1054_1055_1057_vallalatig_azdtan_scorm/borito_v92hcS7RMEldFi1T.html</p>
Ajánlott irodalom:	<p>1. Brochand–Lendrevie: A reklám alapkönyve, KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest, 2004.</p> <p>2. Sas István: Reklám és pszichológia. Kommunikációs Akadémiai Könyvtár, Budapest, 2007</p> <p>3. Antal Zsuzsanna - Dr. Dobák Miklós: Vezetés és szervezés - Szervezetek kialakítása és működtetése. AULA, Budapest, 2010.</p>

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során: Válasszon ki egy szektort és ezen belül egy céget! A választott cég lesz a féléves gyakorlati munkájának, projektfeladatának az alapja.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) Találjon online szakirodalomban olyan kampányt, amelyet a hirdető és az ügynökség is publikált. Különbéle díjak nyertesei a szakmán belül. Nézze meg, milyen kommunikációs folyamatot nevez meg a hirdető és milyen megközelítési módokat említ az ügynökség! 2.) Tartalomelemzés kutatási módszertannal, kövessen végig 4 hétig egy választott időpontban a tévéreklámjait. Milyen reklámokkal találkozik? Hogyan foglalná össze? Miért vannak akkor, azok a reklámok? 3.) Mutasson be egy PR eseményüket! Nézze meg a hozzá kapcsolódó média híreket, fizetett vagy fizetetlen média megjelenéseket! 4.) Kövessen végig egy válságkommunikációjukat! Mi a probléma, ki a hirdető, miképpen reagált? Milyen önálló javaslatai lennének? 5.) Milyen ügynökségekkel dolgozik a választott cég? Kérem, térképezze fel a magyar ügynökségi szolgáltatókat! Válasszon ki egy ügynökséget és vázolja, mi a főszolgáltatása, milyen márkákkal dolgoznak együtt, stb.! 6.) A vállalat által megfogalmazott és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők). A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatbázis kialakítása, egy marketingkommunikációs problémakörhöz tartozó összefüggésrendszer komplex áttekintése, elméleti ismeret gyakorlati hasznosságának felismerése és prezentálása.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Marketing, Kommunikáció és média</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Online marketing és e-kommunikáció		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Online marketing and e-communication			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	-				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Köbli Ádám			beosztása:	Főiskolai tanársegéd
Oktató(k):	Köbli Ádám				
A tárgy célja:	A tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék az online marketing területeit, az abban aktuálisan használható eszközöket és megoldásokat, a tervezés fázisától egészen a felhasználásig. A kurzus során a hallgatók megismerik a vállalkozások számára elérhető legerjedtebb online megoldásokat, új trendeket. Cél a digitális és online marketing területének átfogó bemutatása, gyakorlati megközelítések integrálása mellett.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A tárgy elvégzése után a hallgatók ismerik a digitális technológia nyújtotta marketingmegoldásokat és az online marketing legújabb területeit; megismerik az online és digitális médiumok, reklámok és hirdetési lehetőségek jellemzőit; megtapasztalják, milyen feladatokat jelenthet az online marketinggel történő foglalkozás; és megtanulják az új ismeretek gyakorlati alkalmazását.			
	képesség	A hallgatók képesek a digitális és online marketing tér komplex elemzésére, az online környezetben történő értékesítési, disztribúciós, üzleti modellek kialakítására, a kapcsolódó marketingkommunikációs, média és kreatív megoldások értékelésére. Képesek az online marketing rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra. Megismerik az e-kereskedelem, a web 2.0 és a közösségi rendszerek jellegzetességeit.			
	attitűd	A hallgató fogékony az online marketing és e-kommunikáció módszereinek elsajátítására, felmérések készítésére, hatékony kommunikációra, önálló és csoportmunka végzésére. Törekszik arra, hogy képzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.			
	autonómia és felelősség	A hallgató az elemzéseikért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal, a tárgy elsajátítása révén fejlődik problémamegoldó képessége, kommunikációs képessége, egyéni és csoportos elemzőképessége.			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Az online marketing világa. Trendek, aktualitás. Online marketingstratégia. 2. A digitális marketing-kommunikáció múltja, jelene és jövője. A digitális és online világ trendjei nemzetközi és hazai piacon: használati szokások, online reklám. 3. Információs társadalom és online marketing. Kutatások, fogalmak. 4. Online jelenlét létrehozása. Weblapok, honlap építés, stratégiai kérdések. 5. Keresőmarketing. Keresőoptimalizálás, keresőmarketing és hatékonyságmérés. 6. Közösségi média marketing. Közösségi marketingcsatornák. Facebook, blogok. 7. Tartalommarketing. Stratégia kialakítása. 8. Online márkáépítés. Márkák a digitális térben. Online márkáépítés elméleti és kutatási kérdései 9. Webshop-ok és az online vásárlás, elektronikus piacterek. 10. Mobilmarketing, okostelefonok, mobil innovációk, spam. 				

	11. Piaci modellek online tartalomszolgáltatók esetében. 12. E-business modellek. 13. Ügyfél központú online marketing. Fogalmak, folyamatok. 14. A személyes márka felépítése az interneten.
Oktatási módszerek:	nappali: <u>Előadás:</u> Az előadások célja az elmélet összefüggéseinek bemutatása, illetve az online marketing és az e-kommunikáció trendjeinek ismertetése: aktuális kutatások, szekunder források ismertetése, elemzése. <u>Szeminárium:</u> A tantárgy oktatása során nagy hangsúlyt kap az online marketing és márkaépítés gyakorlati felhasználási lehetőségeinek tárgyalása, így a piackutatással, marketingkommunikációval, valamint a tartalommarketinggel kapcsolatos összefüggések elemzése, esettanulmányokon, példákon, feladatokon, videókon keresztül.
	levelező: Az oktatás webinárium keretében folyik, a felvett előadások visszanezhetők. A foglalkozásokon sor kerül egyrészt a fogalmak és módszerek elméleti ismertetésére példákkal alátámasztva, az elmélet összefüggéseinek bemutatására, illetve az online marketing trendjeinek ismertetésére: aktuális kutatások, szekunder források ismertetése, elemzése, online márkaépítés. Az időkeret korlátaival alkalmazkodva megismerjük esettanulmányok, feladatok, példák és videók segítségével a piackutatás, marketingkommunikáció legújabb e-kommunikációs trendjeit, módszereit.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja: Gyakorlati jegy
	nappali: A számonkérés feltétele: zh + házidolgozat A hallgatók egy írásbeli dolgozat (félév anyagát magában foglaló írásbeli dolgozat) + egy saját házidolgozat leadása (a tantárgy témájába vágó, min. 10 oldal, szakirodalom-feldolgozást és önálló kutatást is tartalmazó elemzés - a témát a szemináriumvezetővel kell egyeztetni) értékelése alapján érhetnek el pontokat (mindhárom részfeladatban szükséges külön-külön a 60% elérése a sikeres számonkéréshez).
	levelező: A számonkérés feltétele: zh + házidolgozat A hallgatók egy írásbeli dolgozat (félév anyagát magában foglaló írásbeli dolgozat) + egy saját házidolgozat leadása (a tantárgy témájába vágó, min. 10 oldal, szakirodalom-feldolgozást és önálló kutatást is tartalmazó elemzés - a témát a szemináriumvezetővel kell egyeztetni) értékelése alapján érhetnek el pontokat (mindhárom részfeladatban szükséges külön-külön a 60% elérése a sikeres számonkéréshez).
	osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles
Kötelező irodalom:	1. Novák Péter, Bányai Edit (szerk.): Online üzlet és marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest. 2015 2. Kovács István (2015): Online marketing. Oktatási segédanyag, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Üzleti Tudományok Intézet
Ajánlott irodalom:	1. Tóth Mihály (2012): Online marketing: útmutató az internetes vevőszerzéshez. 2. Gál Kristóf (2016): GOOGLE ADWORDS - hirdetések készítése és optimalizálása, avagy hogyan érhetsz el komoly sikereket a világ legjobb online hirdetési rendszerével. Klikkmarketing Bt. 3. Lévai Richárd (2016): Hogyan készíts eredményes Facebook hirdetéseket? E-könyv 4. Móricz Péter (2011) Élenjáró magyarországi internetes vállalkozások fejlődése az üzleti modell nézőpontjából. Doktori (PhD) értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/553/1/moricz_peter.pdf 5. http://adserver.blog.hu/ 6. http://onlinemarketing.blog.hu/

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mutassa be az Önt foglalkoztató vállalat honlapját. Értékelje a honlapot a tanultak alapján. 2) Válasszon egy szektort, és/vagy egy céget! Gyűjtsön olyan Google hirdetések (adwords), amelyek Önnek tetszettek. Kérem, vezesse le, miért volt helyes, megfelelő hirdetés online felületen. 3) Vállalata alkalmaz-e banner hirdetések? Miért igen/miért nem? Ön szerint vállalata hogyan tudná hatékonyan alkalmazni ezt az eszközt? 4) Mutassa be, hogy vállalata milyen online eszközöket alkalmaz kommunikációjában? Ezek hogyan egészítik ki a hagyományos eszközöket? 5) Mutassa be, hogy vállalata hogyan méri az online kommunikációs eszközök hatékonyságát! 6) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 4-6 oldal terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők). A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, saját vélemény kialakítása. Az elmélet és gyakorlat összekombinálása, az online hirdetési forma és tartalom bemutatása, összehangolása.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Marketing, Kommunikáció és média</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható). <u>Értékelés:</u> 0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Business intelligence (Üzleti intelligencia)		Tárgykód:	meghatározás alatt
	angolul	Business intelligence			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	4
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	Informatika				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Juhász Krisztina			beosztása:	főiskolai tanár
Oktató(k):	Dr. Juhász Krisztina, Dobos Ádám				
A tárgy célja:	13. A tantárgy célja, hogy felkészítse a hallgatókat informatikai rendszerekből kinyert, nagymennyiségű adat speciális, hatékony feldolgozására, megjelenítésére, publikálására, valamint a kapcsolódó, ismétlődő feladatok automatizálására. A tárgy felkészíti a hallgatókat arra, hogy munkahelyi környezetben dolgozva képesek legyenek megszerezni és felhasználni olyan információkat, amelyek fontosak ahhoz, hogy üzleti döntéseket lehessen hozni és hozzájáruljanak az üzleti teljesítmény javításához.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	14. A kurzus során a hallgatók a nemzetközi vállalatoknál leggyakrabban előforduló, valós feladatok és problémák szimulációjával találkozhatnak. A hatékony számítógépes megoldási módszereket különböző munkaformák segítségével gyakorolhatják, különös figyelmet fordítva az eredmények tartalmi és formai publikációjára.			
	képesség	A tárgy nagymértékben hozzájárul a hallgatók logikus gondolkodásának, problémamegoldó készségének fejlesztéséhez, az elméletben elsajátított gyakorlati alkalmazásához.			
	attitűd	Fontos a hatékony megvalósítás iránti igény, illetve a kollaborációra való hajlandóság.			
	autonómia és felelősség	Az önálló munkavégzés kiemelkedő jelentőséggel bír, mely nem csak a közösen ábeszélte elméletek gyakorlati alkalmazását igényli, hanem egyúttal képesnek kell lenni önállóan is fejleszteni az ismereteket.			
A tárgy témakörei:	15. 1. Adatbányászati feladatok (pivot, fkeres, egyéb függvények) 2. Speciális grafikonok, ábrázolási módszerek Excelben 3. Az eredmények vizualizálása (Power BI, Qlik Sense) 4. Kommunikáció különböző vezetői szinteken, vitakultúra, prezentáció készítés (célközönség igényeinek felmérése, prezentáció céljának meghatározása), a vezetői struktúra különböző szintjeire való riportálás módja (bemutatott adatok részletessége) 5. Hogyan „adjuk el” az eredményeinket? Prezentáció készítés és előadás különböző szinteken (prezi, ppt, haladó) 6. Asszertív kommunikáció – a sikeres kommunikáció kulcsa				
Oktatási módszerek:	nappali:	16. <u>Előadás:</u> Célja a fogalmak és módszerek elméleti ismertetése példákkal alátámasztva. <u>Szeminárium:</u> Célja a módszerek konkrét feladatokon történő gyakorlása, és a mindennapi életből hozott, gyakorlati problémák megoldása. 17. Alkalmazott módszerek: közös feladatmegoldás, önálló feladatmegoldás, csoport- és projektmunka, az eredmények hallgatók általi prezentálása.			

	levelező:	Megegyezik a nappalival.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	18. <u>A félévi munka elfogadásának feltételei:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Kellő számú előadás és szeminárium látogatása. • A félév során kiadott feladatok határidőre történő elvégzése előfeltétel a gyakorlati aláírás megszerzéséhez. • Sikeres aláírás esetén zárthelyi dolgozat megírásával szereznek jegyet a hallgatók.
	nappali:	Órai munka+írásbeli ZH
	levelező:	Órai munka+ írásbeli ZH
	osztályozás:	19. 60 alatt – elégtelen, 60-69 - elégséges, 70-79 - közepes, 80-89 - jó, 90-100 - jeles.
Kötelező irodalom:	1. Az Egyetem tanulmányi rendszerébe (Neptun Meet Street) feltöltött tananyagok.	
Ajánlott irodalom:	20. 1. Bártfai Barnabás: Excel haladóknak, BBS-INFO, 2011, 2015, ISBN 9789639425774 21. 2. Az MS OFFICE 2010 Sűgőja 22. 3. http://office.microsoft.com/en-us/training/e-books-for-microsoft-office-2010-HA102728295.aspx 23. 4. http://office.microsoft.com/hu-hu/support/oktatas-FX010056500.aspx 25. http://excel-bazis.hu/oktato-anyagok 26. https://docs.microsoft.com/hu-hu/power-bi/fundamentals/service-get-started	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>A hallgató feladata a félév alatt egy vállalati adatbázis adatait feldolgozva egy (csoport)vezető számára készített prezentáció elkészítése. A prezentáció célja, hogy felmérje a vállalati működés adott területének gyenge pontjait és javaslatot tegyen a vezető számára ezek javítására!</p> <p>Ehhez a hallgatónak az alábbiakat kell elvégeznie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) Az adatbázisból számára releváns adatok felhasználásával készítsen kimutatást (Pivot), mely megfelel a feladat célkitűzésének! 2.) Az eredményeit vizualizálja! (Power BI, Qlik Sense használatával) 3.) Fogalmazza meg a fejlesztendő területeket! 4.) Tegyen konkrét javaslatot a fejlesztés irányára, átgondolva ennek vállalati hatásait! E hatásokról készítsen egy max. 2 oldalas business case-t! 5.) Az eredményeiről állítson össze egy prezentációt, melyet a vezető előtt fog majd előadni! <p>A prezentációban ügyeljen a kommunikáció, illetve prezentálás megfelelő elemeire! (Vitakultúra, célközönség igényeinek felmérése, prezentáció céljának meghatározása, a vezetői struktúra különböző szintjeire való riportálás módja, a bemutatott adatok részletessége)</p> <p>Az adatbázis, illetve a feladat konkrét célmeghatározása a duális képzésben résztvevő vállalat igényeinek megfelelően történik.</p>
A feladat megoldásának	A feladat megoldását (a prezentációt: Power Point/ Prezi és a „háttéranyagot”, vagyis az adatbázist, számításokat; a business case-t egyaránt) a félév elején ismertetett határidőre

formai követelményei	el kell készíteni és be kell adni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan.
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	Adatelemzés, adatvizuálás. Elemzőkészség. Lényegkiemelés. Önálló problémafelvetés – és megoldás. Rendszerben való gondolkodás. Szóbeli kommunikációs készség.
A feladat által érintett további tantárgyak	Informatika, Alkalmazott informatika, Kommunikációs és prezentációs technikák
Értékelés	<p>A hallgató által, a vállalati helyszínen előadott prezentációt mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 40-40 pont adható). A business case külön értékelésre kerül, mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor max. 10-10 pontot adhat rá.</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Nemzetközi vállalati esettanulmányok		Tárgykód:	B-3-C616T
	angolul	International corporate case studies			
Oktatás nyelve:	Magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor: 0	
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor: 0	
Előfeltételi tárgy(ak):	-				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Juhász Krisztina			beosztása:	
Oktató(k):	Dr. Várnai Ibolya				
A tárgy célja:	A tantárgy célja, hogy a hallgatókat komparatív szemléletben megismertesse a transznacionális vállalatok stratégiájával, viselkedésével, döntéseiket meghatározó tényezőkkel, világgazdasági hatásukkal, illetve stratégiai eszköztárukkal. Cél, hogy a kurzus hallgatói képessé váljanak a nemzetköziesedett nagyvállalatok stratégiáit meghatározó összefüggések átlátására, a gyakorlatok során képesek legyenek nemzetközi vállalati stratégia összeállítására és annak elemzésére				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	A félév során a hallgatók megismerik nemzeti, hazai és külföldi vállalatok működését, globális piaci tevékenységüket, azok stratégiájának hátterét. A tárgy gyakorlati ismeretek, készségek megszerzését tűzi ki célul. Ezt szolgálják egyrészt a vállalati esettanulmányok, ahol különböző konkrét vállalati példákon keresztül a nemzetköziesedés egy-egy jellemző kérdésével foglalkozunk, azt elemezzük. Ezen túl a foglalkozások keretében felkeresünk több vállalatot, ahol a hétköznapi gyakorlattal, a valós vállalati környezettel, problémákkal és azok megoldásával találkozhatnak a hallgatók.			
	képesség	A kurzus hozzásegíti a hallgatót, hogy megértsék a vállalatok működését, képesek legyen önálló munkavégzésre, bizonyos kérdéseket véleményezni, azokban döntést hozni, a jó gyakorlatok megismerését majd később a munkaerőpiacon is alkalmazni. Fejlődik a döntéshozatali képesség, a gazdasági ismeretek szintetizálásának képessége, az analízis készsége, a nemzetközi relációkban való gondolkodás és a csoportban való munkavégzés képessége. Emellett a kurzus során a földrajzi ismeretek is szélesednek.			
	attitűd	A kurzus az alábbi attitűdre épít, illetve fejleszti azokat: a proaktivitás, az újdonságokra való nyitottság, valamint a projektben való együttműködés			
	autonómia és felelősség	Az önállóság a kurzus sikeres teljesítésében kulcsfontosságú. Legyen szó adatok gyűjtéséről, azok értékeléséről, vagy ezen alapuló döntések meghozataláról. A hallgatók saját véleményüket, álláspontjukat a csoportmunkában is képviselik, vitákat kezdeményeznek vagy vezetnek.			
A tárgy témakörei:	16. A NIKE nemzetközi marketingje 17. A kínai piac sajátosságai, magyar ásványvizek a távol-keleten 18. A FORNETTI franchise nemzetköziesedése 19. A STARBUCKS COFFEE története 20. A MOL NYRT. FDI aktivitása 21. ZARA esettanulmány 22. A RICHARD LEWIS COMMUNICATIONS külpiaci aktivitásai 23. Az A. P. MOLLER-MAERSK GROUP története 24. A BOSCH nemzetközi marketingje 25. A HELL ENERGY Magyarország KFT. nemzetközi marketing tevékenysége 26. A WATT energiaital a nemzetközi piacokon 27. A MSC gazdasági-társadalmi hatása 28. A Yusen Logistic magyarországi példája				

Oktatási módszerek:	nappali:	Előadás: Az előadások ppt prezentációs technikával segítve kerülnek megtartásra. A hallgatók a prezentációs anyagot teljes egészében a félév elején megkapják. Szeminárium: A hallgatók a szemináriumon kiosztott gyakorlati feladatokat oldják meg. A példák kötődnek az előadások tematikájához.
	levelező:	Előadás: Az előadások ppt prezentációs technikával segítve kerülnek megtartásra. A hallgatók a prezentációs anyagot teljes egészében a félév elején megkapják. Szeminárium: A hallgatók a szemináriumon kiosztott gyakorlati feladatokat oldják meg. A példák kötődnek az előadások tematikájához.
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési elemek, osztályozás	értékelés módja:	gyakorlati jegy
	nappali:	A hallgatók félévi teljesítménye az órai aktivitás során gyűjtött pontszámok és egy, az oktatóval előre egyeztetett témában tartott prezentáció alapján (50-50% os súllyal) kerül értékelésre. A duális képzésben résztvevő hallgatók a prezentációt a projektfeladattal váltják ki.
	levelező:	A hallgatók félévi teljesítménye az órai aktivitás során gyűjtött pontszámok és egy, az oktatóval előre egyeztetett témában tartott prezentáció alapján (50-50% os súllyal) kerül értékelésre. A duális képzésben résztvevő hallgatók a prezentációt a projektfeladattal válthatják ki.
	osztályozás:	Osztályozás: 60% alatt – elégtelen, 60-69% - elégséges, 70-79% - közepes, 80-89% - jó, 90-100% - jeles.
Kötelező irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dankó L.(szerk.) Nemzetközi üzleti esettanulmányok, Miskolci Egyetem Marketing Intézet 2013 2. Malota E.: Marketing nemzetközi szintéren, Alinea 2015 	
Ajánlott irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tóth T.: Nemzetközi marketing, Akadémiai Kiadó 2009 2. Rekettye G. –Tóth T. –Malota E.: Nemzetközi marketing, Akadémia Kiadó 2015 3. Simai M.: A világgazdaság a XXI. század forгатagában, Akadémiai kiadó, 2007. 	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgátónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) Hogyan alkalmazná az AIDA modellt a duális partner vállalat termékei vagy szolgáltatásai közül egynél, valamelyik kelet-európai EU tagállamok piacán? Milyen kommunikációs eszközöket alkalmazna? 2.) Készítsen BCG mátrixot a duális partner vállalat valamelyik termék- vagy szolgáltatáscsoportjáról! Mutassa be, milyen marketingkommunikációs, vagy termékfejlesztési lépések szükségesek az egyes kategóriákba tartozó termékeknek! 3.) Készítsen márkatérképet a duális partner vállalkozás termékei vagy szolgáltatása alapján! Legalább 10 versenytársat vonjon be az elemzésbe! Ezalapján mutasson be ötletet gerilla-marketing eszközökre a magasabb forgalom elérése érdekében!
-------------------------	---

	<p>4.) Mutassa be a duális partner vállalkozás STP stratégiáját egy adott termékre, vagy szolgáltatásra, összehasonlítva egy másik piaccal!</p> <p>5.) Mutassa be a duális partner vállalkozás termékének vagy szolgáltatásának új piaci bevezetése során milyen beszállító, viszonteladói és értékesítési láncszereplőket vonna be! Mi indokolja a választást?</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 6-8 oldal (kb. 10.000 N) terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatfeldolgozás – együttműködésben a vállalat egyes részlegeivel, az adatok birtokosaival, adatelemzés és értékelés (kvantitatív és/vagy kvalitatív), valamint az eredmények prezentációja.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Vállalatok a globális térben, Marketing, Marketingtervezés</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	SZÁLLÍTMÁNYOZÁS ÉS FUVAROZÁS		Tárgykód:	?
	angolul	Forwarding and Transportation			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	4
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor:	
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor:	
Előfeltételi tárgy(ak):	Logisztika				
Felelős tanszék:	GTT				
Tárgyfelelős:	Dr. Lányi Márton PhD			beosztása:	Adjunktus
Oktató(k):	Dr. Lányi Márton PhD adjunktus				
A tárgy célja:	<p>Ennek a kurzusnak a fő célkitűzései a következők:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. A hallgatók átlássák a szállítmányozás hátterét, továbbá elsajátítsák a fogalmi és elméleti keretét. 3. A hallgatók megtanulják, hogy az egyes szállítmányozási megoldásokat, hogyan használhatják fel a logisztikai tevékenységek megvalósítása során. 4. A hallgatók képesek lesznek komplex áruszállítási rendszerek működtetésére. 				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	<p>Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat-, illetve probléma-megoldási módszereknek.</p> <p>Ismeri a projektben, teamben és különböző munkaszervezeti formákban való részvétel, együttműködés szabályait és etikai normáit.</p> <p>Rendelkezik a szállítmányozási módszertan ismeretével azokat munkahelyi középvezetői szinten birtokolja.</p>			
	képesség	<p>Gazdasági folyamatokat átlát, azokat értelmezve eljárásokat megtervez, megszervez, végrehajt. Hatékonyan kommunikál írásban és szóban.</p> <p>Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a logisztikai folyamatokra.</p> <p>Képes a feladatok kivitelezésének megszervezésére egy komplexebb rendszerben elhelyezve és értelmezve.</p>			
	attitűd	<p>A hallgató nyitott az új ismeretek, módszertanok befogadására, munkája minőségével szemben igényes, csoportos munka során együttműködő és konstruktív.</p> <p>Projektben, munkacsoportban szívesen vállal feladatot, együttműködő és nyitott, segítőkész, minden tekintetben törekszik a pontosságra.</p> <p>Önálló feladatmegoldásra alkalmas, jó szervező és gyors helyzetfelismeréssel rendelkezik.</p>			
	autonómia és felelősség	<p>A hallgató képes az önálló probléma felismerésre, véleményalkotásra és érvelésre a szakmai etika és felelősségvállalás normáinak betartása mellett.</p> <p>Munkaköri feladatát önállóan specialistaként végzi, vagy csapatban, annak potenciális irányítójaként.</p>			
A tárgy témakörei:	<p>A tantárgy anyaga az alábbi témákat öleli fel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bevezető (kialakulás, fogalmak), alapvető földrajzi ismeretek. - Szállítmányozási ágak összehasonlítása. - Az áru dimenziói, térfogat, terület, kerület számítási alapok. 				

	<ul style="list-style-type: none"> - Rakodási és csomagolási alapok, számvetés. - Incoterms 2020. - Jármű- és eszköz ismeret: vasút. - Alapvető folyamatok és résztvevői: vasút. - Vasúti díj számvetés. - Jármű- és eszköz ismeret: közút. - Alapvető folyamatok és résztvevői: közút. - Közúti díj számvetések. - Járat tervezés. - Jármű- és eszköz ismeret: légi. - Alapvető folyamatok és résztvevői: légi. - Légi díj számvetés. - Jármű- és eszköz ismeret: hajózás. - Alapvető folyamatok és résztvevői: hajózás. - Jármű- és eszköz ismeret: multimodális, benne konténer forgalom. - Alapvető folyamatok és résztvevői: multimodális, benne konténer forgalom. - Konténer díj számvetés. - Csővezetékes áruszállítás. - Okmány kitöltés. - Alapvető vám ismeretek. - Vám kalkuláció. - Veszélyes áru osztályok (jelölések). - Átrakodó raktár szerepe. - Raktárak elhelyezése kalkuláció.
--	---

Oktatási módszerek:	nappali:	A tananyag elsajátítása interaktív oktatás keretében történik. Az elméleti előadásokat szakmai gyakorlat követi, amely keretében gyakorlati feladatok kerülnek feldolgozásra. Minden bemutató gyakorlati feladatot önállóan kidolgozásra kerülő feladat követ, ami értékelésre kerül. A hallgatók gyakorlati külső helyszínen, a gyakorlatban ismerik meg a feladatokat.
	levelező:	A tananyag elsajátítása interaktív oktatás keretében történik. Az elméleti előadásokat szakmai szeminárium követi, amely keretében gyakorlati feladatok kerülnek feldolgozásra. Minden bemutató gyakorlati feladatot önállóan kidolgozásra kerülő feladat követ, ami értékelésre kerül. A levelező képzésnél külön önálló feladatok is vannak, amelyeket határidőre kell elkészíteni

A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési	értékelés módja:	Gyakorlati jegy
	nappali:	Gyakorlati feladatok kidolgozása és azok értékelésének eredménye a gyakorlati jegy alapja. A hallgató teljesítménye nem értékelhető:

elemek, osztályozás	<p>a) a megengedettnél több hiányzás esetén, vagy</p> <p>b) a tantárgyi követelményt nem teljesítette.</p> <p>A félév végi aláírás megszerzésének a feltétele az előadásokon és a szemináriumokon való részvétel.</p> <p>A szemináriumok esetén a jelenlét ellenőrzését foglalkozásonként el kell végezni. A hiányzás a képzési program maximum 20%-a lehet. A szemináriumok esetében a féléves aláírás megtagadását és a tárgy nem teljesítését jelenti, ha a hallgató hiányzása meghaladja a képzési program 20%-át. (KTVSZ 35§ 4.-5.)</p>
	<p>levelező</p> <p>A szorgalmi időszakban a tanórán tett írásbeli vagy szóbeli (prezentáció) beszámolóval, illetve otthoni munkával készített különböző típusú feladat értékelésének eredménye a gyakorlati jegy alapja.</p> <p>A hallgató teljesítménye nem értékelhető:</p> <p>a) a megengedettnél több hiányzás esetén, vagy</p> <p>b) a tantárgyi követelményt nem teljesítette.</p> <p>A félév végi aláírás megszerzésének a feltétele az előadásokon és a szemináriumokon való részvétel.</p> <p>A szemináriumok esetén a jelenlét ellenőrzését foglalkozásonként el kell végezni. A hiányzás a képzési program maximum 20%-a lehet. A szemináriumok esetében a féléves aláírás megtagadását és a tárgy nem teljesítését jelenti, ha a hallgató hiányzása meghaladja a képzési program 20%-át. (KTVSZ 35§ 4.-5.)</p>
Kötelező irodalom:	<p>Dr. Bokor Zoltán, Szállítványozás Egyetemi jegyzet, 2013, BME</p> <p>Lányi, Márton, A szállítványozó értéke, HÍRVILLÁM = SIGNAL BADGE 2016 : 1 pp. 116-138., 23 p. (2016)</p>
Ajánlott irodalom:	<p>Dr. Magyary István, Szállítványozási ismeretek, 2005, Károly Róbert Főiskola</p> <p>http://exim5.hu/user/file/Oktat%C3%A1si%20anyagok/Sz%C3%A1ll%C3%ADtm%C3%A1nyoz%C3%A1si%20Ism.%20Magyary%20Istv%C3%A1n.pdf</p> <p>Horváth Annamária, Dr. Karmazin György, Nemzetközi közúti áru fuvarozás és szállítványozás, 2014, Akadémiai kiadó Zrt.</p>

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) Elemezze a vállalat, hogyan szervezi meg az áruszállítási tevékenységét! Térjen ki az alkalmazott INCOTERMS paritásokra, az alvállalkozói rendszerre, azok kiválasztására, minőségellenőrzésére. Alkalmazza az „5 WHY” módszert, addig kérdezzen, míg a tényleges okokra fény derül! Tegyen javító javaslatot a megismert információk alapján. 2.) Mutassa be a vállalat miként követi nyomon az import és export küldeményei helyzetét. Elemezze a szállítás közben keletkező információk áramlását a vállalaton kívül és belül. Mutassa be jelentőségüket és tegyen fejlesztési javaslatot az elérhető legújabb technológiák használatával! 3.) A végrehajtott szállítások menetleveleinek az elemzése min. 1 heti időszakban. A raktömeg kihasználtság, a szállított áru tömege és a járművek kapacitásának a
-------------------------	--

	<p>vizsgálata. A futáskihasználtság, az üres futás és a rakott futások aránya. A dinamikus kihasználtság elemzése. Javaslat a jobb eredmény elérésére.</p> <p>4.) Készítsen kérdőíves vevőelégedettségi vizsgálatot a vállalat áruszállítási tevékenységével kapcsolatban. Vesse össze a vállalat különböző szinten dolgozó munkatársainak véleményével, amelyet mélyinterjú keretében rögzítsen. Elemezze a kapott eredményt!</p> <p>5.) Részletesen mutassa be egy fuvarozási ág költségeleit, az azokra ható tényezőket és lehetséges módszereket a költségek versenyképes szinten tartására. Mutassa be a fuvarozó hogyan képes a fuvardíjakban érvényesíteni a költségeit!</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 6-8 oldal (kb. 10.000 N) terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatfeldolgozás – együttműködésben a vállalat egyes részlegeivel, az adatok birtokosaival, adatelemzés és értékelés (kvantitatív és/vagy kvalitatív), valamint az eredmények prezentációja.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Szállítmányozás, Logisztika</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes 80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>

A tárgy címe:	magyarul	Nemzetközi ellátásilánc-menedzsment		Tárgykód:	F-0-D306T
	angolul	Multinational Supply Chain Management			
Oktatás nyelve:	magyar			Kreditpont:	5
Óraszám:	nappali (óra/hét)	előadás: 1	gyakorlat: 2	labor:	
	levelező (óra/félév)	előadás: 4	gyakorlat: 8	labor:	
Előfeltételi tárgy(ak):	-				
Felelős tanszék:	Gazdálkodástudományi Tanszék				
Tárgyfelelős:	Dr. Lakatos Péter PhD			beosztása:	docens, szakfelelős
Oktató(k):	Dr. Lakatos Péter PhD				
A tárgy célja:	A tantárgy célja, hogy megismertesse a hallgatókkal a nemzetközi/globális ellátási lánc működési rendszerét, a folyamatok tervezési, szervezési feladatait, vezetési módszereket és eszközöket, a nemzetközi ellátási lánc főbb stratégiai szintű fejlesztési módszereit.				
A tárgy által fejlesztett kompetenciák:	tudás	<ul style="list-style-type: none"> A hallgatók megismerik a globális ellátási lánc működési modelljét, annak fejlesztési eszközeit, módszereit. 			
	képesség	<ul style="list-style-type: none"> A hallgatók képesek lesznek a globális ellátási folyamatokat rendszer szinten értelmezni, fejleszteni. 			
	attitűd	<ul style="list-style-type: none"> Elsajátíthatják a nemzetközi ellátási lánc irányításához és fejlesztéséhez szükséges vezetői képességeket, rugalmas és fejlesztő szemléletű attitűdöt. 			
	autonómia és felelősség	<ul style="list-style-type: none"> Képesek lesznek az elsajátított módszerek mentén a multinacionális ellátási lánc rendszer szintű fejlesztésére, a rendszer optimalizálására törekvő, különböző változáskezelési és projekt feladatok ellátására. 			
A tárgy témakörei:	<ol style="list-style-type: none"> 1. A fenntartható nemzetközi/globális ellátási lánc és ellátási lánc menedzsment 2. Ipar és logisztika 4.0 a nemzetközi ellátási láncban 3. NATO műveletek, ENSZ HUMANITÁRIUS missziók és világversenyek ellátásilánc-menedzsmentje 4. Globális autóipari ellátási lánc menedzsment és hazai aspektusai 5. Nemzetközi gyógyszer ellátási lánc menedzsment, a GDP-Good Distribution Practice-Helyes elosztási/forgalmazási gyakorlat 6. Globális marketing és értékesítési -érték lánc (value chain) folyamatok 7. Globális kiskereskedelem ellátási lánc menedzsmentje 8. Az ellátási lánc globális csomópontjai-terminálok és kikötők rendszere, a keresztmetszeti funkció 9. LPI-Logisztikai teljesítmény index- a nemzetközi ellátási lánc menedzsment és logisztika teljesítmény mérése 10. Ellátási láncok globális sérülékenysége (pandémia, katasztrófa, háború, terrorizmus, migráció és kalóztámadás) 				
Oktatási módszerek:	nappali:	Interaktív előadás: elméleti részek feldolgozása és ismeretanyag szintetizálása a szemináriumokon, egyéni és projekt feladatok (nappali)			
	levelező:	Önálló feladat megoldás: az elméleti és gyakorlati részek otthoni szintetizálása (levelező)			
A teljesítmény értékelésének módja, számonkérési	értékelés módja:	Kollokvium (beadandók 30% és vizsga 70%)			
	nappali:	A félévi munka elfogadásának feltétele: - részvétel a foglalkozások min. 80%-án (nappali)			
	levelező:	- beadandó házi feladatok elkészítése (nappali és levelező)			

elemek, osztályozás	osztályozás:	- hiányzás esetén órai gyakorlatok otthoni elvégzése, beadása (levelező) Számonkérés módja: 1.) Beadandók elkészítése 30% (nappali és levelező) 2.) Szóbeli prezentáció az elkészült dolgozatokról (nappali) 3.) Írásbeli kollokvium 70%
Kötelező irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Előadások jegyzetei, felvételei. 2. Lakatos Péter, Lányi Márton: Pandémia logisztika - egy magyar KKV globális érintettsége és válasza a koronavírus idején, LOGISZTIKAI ÉVKÖNYV 2021 pp. 11-20. , 10 p. (2021) 3. Lakatos Péter, Nyitrai Mihály A karbon lábnyom logisztikai aspektusai HADTUDOMÁNYI SZEMLE 11 : 1 pp. 342-358. , 17 p. (2018) 4. Lakatos Péter Logistics Performance of Hungary I. 5. HADTUDOMÁNYI SZEMLE 10 : 4 pp. 277-299. , 23 p. (2017) 6. Szegedi Zoltán Ellátási lánc menedzsment, 2017 ISBN 97896309-8876-6, www.kossuth.hu www.multimediaplaza.com info@multimediaplaza.com 7. Kozma Tímea – Pónusz Mónika: Az ellátási lánc-menedzsment elmélete és gyakorlata - alapok: Alapösszefüggések a hálózati versenyelőnyök és értékláncok mentén Károly Róbert Kutató - Oktató Közhasznú Nonprofit Kft., Gyöngyös, 2016 	
Ajánlott irodalom:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lakatos Péter: Az élelmiszer-alapellátás logisztikai feltételei In: Sikos, T Tamás (szerk.) Az élelmiszer-ellátási láncok sérülékenysége Budapest, Magyarország : Dialóg Campus Kiadó (2019) 254 p. pp. 155-178. , 24 p. 2. Lakatos Péter: Hazai polgári logisztikai potenciál védelmi célú igénybevitelének aspektusai különös tekintettel a logisztikai szolgáltató központos lehetőségeire, PhD értekezés 2008 3. Lakatos Péter: Ellátási lánc menedzsment – megközelítések anno és ma, Logisztikai évkönyv 2022 4. Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance By: Douglas M. Lambert Publisher: Douglas M. Lambert Print ISBN: 9780975994993, 0975994999 Print ISBN: 9780975994993, 0975994999 eText ISBN: 978-0-578-92716-9, 9780578927169, 0578927160 Edition: 4th 5. https://videa.hu/video/film-animacio/phillips-kapitany-teljes-film-yCsK2ftWeWvsRE8k 6. Lakatos Péter, Szabó Petra Olimpia logisztika. Egy világesemény logisztikai támogatása LOGISZTIKAI ÉVKÖNYV pp. 81-90. , 10 p. (2014) 7. Péter Lakatos (Szerkesztő), Katalin Kecskés (Szerkesztő), Kitti Máté (Szerkesztő) Global Supply Chain Standards and solutions in the practice of the National Defence of the Visegrad (V4) Countries Project Budapest, Magyarország : Nemzeti Közszolgálati Egyetem (2016) , 120 p. ISBN: 9786155057717 	

Duális képzésben részt vevő hallgatók számára

Projektfeladatok	<p>Az alábbi feladatok közül a hallgatónak egyet kell kiválasztania, és a félév elején ismertetett határidőig megoldania a vállalati gyakorlat során:</p> <p>1.) Vázzon fel a vállalati ellátási lánc elvi modelljét, mutassa be a kapcsolat menedzsment stratégiai és operatív szintű feladatait. A feladat kidolgozása során térjen ki a vállalat keresztfunkcionális működési gyakorlatának a bemutatására és az ellátási lánc vevőorientáltságának a kritikai elemzésére. Tegyen javaslatot a hatékonyabb működésre!</p> <p>2.) Készítsen a rendelkezésre álló adatokra támaszkodva egy elemzést, melyben értékeli a vállalat ellátási láncának sérülékenységet helyi, regionális és globális szinten. Térjen ki az összes jelentős tényezőre, és értékelje az elmúlt években az ellátási lánc menedzsment terén meghozott kockázatokot kezelő és érintő döntéseket és intézkedéseket!</p> <p>3.) Készítsen kérdőíves elemzést a vállalat belső és külső ügyfeleinek körében a vállalkozás által nyújtott logisztikai szolgáltatásról (ill. gyártott termékről). Figyelembe véve a vállalat célcsoportjainak elvárásait, a vállalat termékpolitikáját, árpolitikáját, disztribúciós rendszerét és kommunikációját, vizsgálja meg a vállalat szolgáltatásának/termékének helyi és nemzetközi piaci megítélését valamint a fenntarthatósági aspektusokat!</p> <p>4.) Készítsen interjúkat a vállalat vezetőinek körében az alábbi témák egyikében:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vállalati logisztika hatékony működése, rendelkezésre állás, igénykezelés • A vállalat termékeinek elérhetősége – beszerzési és elosztási csatorna politika • Vevő szolgálat, vevő gondozás, reklamációkezelés <p>5.) Készítse el a vállalati CANVAS modellt a vállalat termékeinek/szolgáltatásainak piaci megítéléséről! A vizsgálat keretében tárja fel a vállalat helyzetét a versenytársakhoz viszonyítva!</p> <p>6.) A vállalat által megfogalmazott, és az aktuális félév elején az egyetemmel egyeztetett projektfeladat.</p>
A feladat megoldásának formai követelményei	<p>A választott feladat megoldását 6-8 oldal (kb. 10.000 N) terjedelmű dolgozat formájában kell elkészíteni és a félév elején ismertetett határidőre beadni a tárgyfelelős oktató és a vállalati mentor számára. Beadás formája: elektronikusan (Word vagy PDF formátum) és nyomtatott formában (számítások Excelben is mellékelhetők).</p> <p>A feladat eredményeinek ismertetését prezentáció (Power Point vagy Prezi, 3-4 dia) formában is el kell készíteni, de azt beadni nem kell.</p>
A gyakorlat során fejlesztendő kompetenciák	<p>Önálló adatgyűjtés, adatfeldolgozás – együttműködésben a vállalat egyes részlegeivel, az adatok birtokosaival, adatelemzés és értékelés (kvantitatív és/vagy kvalitatív), valamint az eredmények prezentációja.</p>
A feladat által érintett további tantárgyak	<p>Beszerzés, Készletgazdálkodás tervezés és elemzés, Szállítmányozás, fuvarozás</p>
Értékelés	<p>A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik, ahol az egyetem és a vállalat szakemberei is részt vesznek (max. 30 pont adható).</p> <p><u>Értékelés:</u></p> <p>0 - 59 pont: elégtelen 60 - 69 pont: elégséges 70 - 79 pont: közepes</p>

	<p>80 - 89 pont: jó 90 - 100 pont: jeles</p> <p>Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.</p>
--	---

6. A duális képzésben részt vevő hallgatók teljesítményének értékelési rendszere

Egyetemi teljesítmény értékelése:

A duális képzésben részt vevő hallgatók teljesítményének értékelése megegyezik a normál képzésben részt vevő hallgatókéval, vagyis a duális hallgatókra is vonatkoznak a mintatantervben rögzített és a tantárgyi tematikákban részletezett értékelési, számonkérési módok és elemek.

Vállalati gyakorlat alatt nyújtott hallgatói teljesítmény értékelése:

A hallgató gyakorlati tevékenységének értékelési módját, annak a vállalatnál alkalmazott teljesítményértékelés rendszerébe történő beillesztését a vállalat határozza meg, és a gyakorlati képzés megkezdésekor tájékoztatja erről a hallgatót. Ennek keretében a vállalat előírhat olyan teljesítményelemeket, betartandó normákat is, amelyek a hallgatóval kötendő munkaszerződés részét képezik.

Projektfeladatok értékelése:

A hallgató által írásban elkészített projektfeladatot mind az egyetem oktatója, mind a vállalati mentor értékeli a „Projektfeladat értékelő lap” segítségével (max. 35-35 pont adható). A feladat végső értékelése a hallgató által a vállalati helyszínen megtartott prezentáció során történik a „Prezentáció értékelő lap” segítségével, ahol az értékelést az egyetem és a vállalat szakemberei közösen végzik (max. 30 pont adható).

A feladat teljesítése sikeres, ha a hallgató mindhárom részpontoszámnak legalább 50%-át, az összes pontszámnak pedig legalább 60%-át eléri.

Értékelés:

- 0 - 59 pont: elégtelen
- 60 - 69 pont: elégséges
- 70 - 79 pont: közepes
- 80 - 89 pont: jó
- 90 - 100 pont: jeles

Ha a hallgató „elégtelen” értékelést kap (vagy nem készíti el határidőre a feladatot), egy alkalommal új határidő kerül kitűzésre. Ha a feladat megoldása továbbra is sikertelen marad, annak a vállalattal egyeztetett következményei lehetnek a duális képzésben való további részvétel vonatkozásában.

PROJEKTFELADAT ÉRTÉKELŐ LAP

Az értékelt hallgató neve:

A cég neve, székhelye:

A gyakorlat ideje (-tól –ig):

Az értékelést végző egyetemi oktató / vállalati szakember¹ neve, beosztása:

Tantárgy: : _____

AZ ÉRTÉKELÉS KRITÉRIUMAI	Maximálisan adható pontszám	Pontszám
1. A témakör feldolgozásának elméleti megalapozottsága	5	
2. A hallgató megállapításainak, következtetéseinek szakmai helytállósága, a jelölt által produkált hozzáadott érték	10	
3. A dolgozat eredményeinek gyakorlati alkalmazhatósága, hasznosíthatósága a vállalat számára	10	
4. A dolgozat szerkezeti felépítése, stílusa, nyelvezete, külalakja	5	
5. Az irodalomjegyzék szakszerű összeállítása, hivatkozások szakszerű kezelése, táblázatok, grafikonok szabatos alkalmazása	5	
Összes pontszám	35	

Az értékelés indoklása:

Dátum:

Az értékelő aláírása:

¹ A megfelelő aláhúzendó.

PREZENTÁCIÓ ÉRTÉKELŐ LAP

Az értékelt hallgató neve:

A cég neve, székhelye:

A prezentáció időpontja:

Az értékelést végző egyetemi oktató(k) neve, beosztása:

Az értékelést végző vállalati szakember(ek) neve, beosztása:

Tantárgy: _____

AZ ÉRTÉKELÉS KRITÉRIUMAI	Maximálisan adható pontszám	Pontszám
1. A prezentáció logikai felépítettsége	5	
2. A prezentáció megfelelése a formai, esztétikai követelményeknek	5	
3. A hallgató előadásmódja	5	
4. A prezentáció szakmai tartalma, a dolgozathoz képest bemutatott további hozzáadott érték	10	
5. A hallgató válaszainak szakszerűsége az értékelő bizottság kérdéseire	5	
Összes pontszám	30	

Projektfeladat végső értékelése:

Összes pontszám:

Érdemjegy:

(0-59: elégtelen, 60-69: elégséges, 70-79: közepes, 80-89: jó, 90-100: jeles)

Az értékelést végző vállalati szakember(ek) aláírása:

.....

Az értékelést végző oktató(k) aláírása:

.....

7. A duális képzés minőségbiztosítása

Minden gyakorlati időszak végén három kérdőív kitöltésére kerül sor:

- A duális képzésben részt vevő hallgató vállalat általi értékelése
- A vállalati gyakorlóhely hallgató általi értékelése
- Az együttműködés eredményességének értékelése

Az első két kérdőív eredményeit az egyetem és a vállalat felhasználják az *együttműködés eredményességének értékelése* során, és döntenek az esetleges módosítások bevezetésének szükségességéről.

DUÁLIS KÉPZÉSBEN RÉSZT VEVŐ HALLGATÓ ÉRTÉKELÉSE

Az értékelt hallgató neve: _____

Az értékelő cég neve, székhelye: _____

A gyakorlat ideje (-tól –ig): _____

A hallgató cégnél betöltött pozíciója: _____

ÉRTÉKELÉSI SZEMPONTOK (5: kitűnő, 1: elégtelen)	5	4	3	2	1
<i>A hallgató</i>					
elméleti ismeretei					
írásmunkájának minősége					
szóbeli kommunikációs készsége					
kapcsolatteremtő készsége					
időbeosztási, munkaszervezési készségei					
munkafegyelme, pontossága					
terhelhetősége					
motiválhatósága					
szakmai irányítás melletti önállósága					
együttműködési készsége, csapatmunkára való alkalmassága					
kreativitása					
kezdemenyező készsége					
idegen nyelv tudása					
munkájának általános minősége					

Átlagpontoszám:.....

A hallgató munkájának szöveges értékelése:

A hallgató véleménye az értékelésről:

Hallgató aláírása:

Dátum:

Az értékelést készítette (név, beosztás):

Értékelő aláírása:.....

DUÁLIS GYAKORLÓHELY HALLGATÓI ÉRTÉKELÉSE

Az értékelt cég neve, székhelye: _____

Az értékelő hallgató neve: _____

A gyakorlat ideje: (-tól, -ig): _____

A hallgató cégnél betöltött pozíciója: _____

Kérjük, értékelje a számskála segítségével, hogy milyen mértékben ért egyet a gyakorlati képesséssel kapcsolatos alábbi kijelentésekkel!

ÉRTÉKELÉSI SZEMPONTOK (5: leginkább egyetért, 1: legkevésbé ért egyet)	5	4	3	2	1
A gyakorlati képzés során az egyetemen elméletben tanultakat hasznosítani tudtam a gyakorlatban.					
A vállalatnál olyan elméleti ismeretekre is szert tettem, amelyek túlmutatnak az egyetemi tananyagon.					
A vállalati képzés elősegítette a szakmához kapcsolódó gyakorlati készségeim fejlődését.					
A gyakorlati képzés folyamán használtam az idegen nyelvi tudásomat.					
A vállalatnál a tudásomnak és képességeimnek megfelelő munkát végeztem.					
A vállalati gyakorlat során lehetőséget kaptam az ötleteim elmondására, a kreativitásom kibontakoztatására.					
A gyakorlati képzés alatt többször kaptam szakmai irányítás mellett önállóan megoldandó feladatokat.					
A vállalatnál lehetőségem volt kipróbálni magam „csapatjátékosként”, mert gyakran kellett együttműködnöm kollégáimmal.					
A szakmai vezetőm (vállalati mentorom) megfelelően segítette a munkámat.					
A vállalat biztosította számomra a munkavégzés tárgyi feltételeit.					

Átlagpontoszám:

A gyakorlati képzéssel és a fogadó vállalattal kapcsolatos további vélemények, megjegyzések, javaslatok:

A vállalat véleménye az értékelésről:

Vállalat munkatársának neve, beosztása:

Aláírása:

Dátum:

Hallgató aláírása:

AZ EGYÜTTMŰKÖDÉS EREDMÉNYESSÉGÉNEK ÉRTÉKELÉSE

A vállalati partner neve, székhelye: _____

Az értékelés időpontja: _____

Értékelő személy(ek) a vállalat részéről (név, beosztás): _____

Értékelő személy(ek) az egyetem részéről (név, beosztás): _____

ÉRTÉKELÉSI SZEMPONTOK (5: kitűnő, 1: elégtelen)	5	4	3	2	1
A főiskola és a vállalati partner együttműködésének eredményessége a képzés meghirdetése, a beiskolázás során					
Az intézmény és a vállalat közötti kommunikáció, információ-áramlás, kölcsönös tájékoztatás zavartalansága					
Az egyetemi és a vállalati képzés időbeli összehangolásának sikeressége					
Az egyetemi és a vállalati képzés tartalmi összehangolásának sikeressége					
A gyakorlati időszak alatt felmerült problémák kezelésének hatékonysága (ha nem volt probléma: 5)					
A hallgatók értékelésében való együttműködés sikeressége					

Átlagpontoszám:

Módosító javaslatok megfogalmazása (ha szükséges) a három értékelés eredményének figyelembe vételével:

Az értékelést végző vállalati szakember(ek) aláírása:

.....

Az értékelést végző oktató(k) aláírása:

.....