

# WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA



## TANTÁRGYI PROGRAMOK

**Kereskedelem és marketing**

**felsőoktatási szakképzés**

**2023-2024. tanév**

**2. félév**

**Budapest, 2024. január**

## Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

### Marketingkommunikáció szakirány

 <b>TANTÁRGYI PROGRAM</b>			
<b>WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA</b>			
<b>A TANTÁRGY ALAPADATAI</b>			
<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Munkaerőpiaci ismeretek</b>	<b>Kódja:</b>	<b>WSUFTTFN507/ WSUFTTEL507</b>
<b>Szak megnevezése:</b>	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Farkas Péter		
<b>Oktató</b>	Dr. Farkas Péter		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-		
<b>Óraszám</b>	30 (1+1)/12(6+6)		
<b>Kredit</b>	3		
<b>A félévzárás módja:</b>	vizsgajegy		
<b>A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:</b> a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.			
<b>Megszerzendő ismeretek:</b>  Foglalkoztatás és munkaerőpiac. A munkaerő sajátosságai. Foglalkoztatottság és a munkaerőpiac jellemzői Magyarországon. Foglalkoztatás és munkaerőpiac európai kontextusban. Foglalkoztatási politika Magyarországon. Erőforrások, létszámtervezés, termelékenység, toborzás. Atipikus foglalkoztatási formák. Önfoglalkoztatás. A munkaerőpiac résztvevőinek szerepköre. Munkanélküliek keresetpótló támogatása, fajtái. Aktív és passzív foglalkoztatáspolitikai eszközök. 2015-2022 évi helyzet értékelése a számok tükrében. Változások okai.			
<b>Kompetenciák:</b>			

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

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

#### A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

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

#### Kötelező irodalom:

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

#### Ajánlott irodalom:

- Dr. Frey Mária: Munkaerő-piaci intézmények és politikák Magyarországon. BCE. Budapest, 2011. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8571/Frey\\_2011.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8571/Frey_2011.pdf)
- 2012. évi I. törvény a munka törvénykönyvéről.  
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200001.tv>



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Üzleti nyelv 1</b> (angol nyelv/német nyelv)	<b>Kódja:</b>	WSUFNYAN504 / WSUNYAL504
<b>Szak megnevezése:</b>	EE-GM-KM-PSZ alapképzési szakok		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Kimmel Magdolna		
<b>Oktató</b>	Kispál Istvánné (angol nyelv)/Deák Zsuzsa (német nyelv)		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>			
<b>Óraszám</b>	45 (0+3))/20(0+20)		
<b>Kredit</b>	3		
<b>A félévzárás módja:</b>	félévközi jegy		

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

#### Megszerzendő ismeretek angol nyelven

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

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

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

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

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

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

### 3. Marketing

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

Case studies: typical features of effective marketing campaigns.

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

### **Megszerzendő ismeretek német nyelven:**

#### 1. Geschäftskommunikation in Wort und Schrift

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

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

#### 2. Geschäftsetikette

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

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

#### 3. Marketing

Marketinganalyse. Marketing Mix (4P). Die häufigsten Methoden für Beeinflussung der Konsumenten (Werbung, Sonderangebote, Gewinnspiele). Merkmale der wirksamen Werbung, Bearbeitung von Fallstudien  
Projektarbeit: Planen von Werbungskampagne und ihre Präsentation

### **Kompetenciák:**

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

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

### **A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

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

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

### **Kötelező irodalom**

#### **Angol nyelv:**

A2/ B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

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

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

B1/B2 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

B2+/C1 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

**Német nyelv:**

A2/B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

B1/ B2 vagyis középfeladói nyelvi szintű hallgatók számára

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

**Ajánlott irodalom**

**Angol nyelv:**

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

**Német nyelv:**

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

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

Online kiegészítő anyagok:

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



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

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

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

#### Megszerzendő ismeretek:

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



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

### **Kompetenciák:**

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

### **Oktatás módszertana:**

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

### **A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

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

### **Kötelező irodalom:**

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

### **Ajánlott irodalom:**

- Illés Mária: Vállalatgazdaságtan, Miskolci Egyetem, Miskolc, 2014. 162 p.  
[http://gkiweb.uni-miskolc.hu/gki/files/Illes\\_Maria\\_Vallalati\\_gazdasagtan\\_I.pdf](http://gkiweb.uni-miskolc.hu/gki/files/Illes_Maria_Vallalati_gazdasagtan_I.pdf)



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Marketing</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFTTFN509/ WSUFTTFL509
<b>Szak megnevezése:</b>	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Logisztika szakirány Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Marketingkommunikáció szakirány		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. László Éva		
<b>Oktató</b>	Dr. László Éva		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-		
<b>Óraszám</b>	45(2+1)/18(12+6)		
<b>Kredit</b>	6		
<b>A félévzárás módja:</b>	vizsgajegy		

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

#### **Megszerzendő ismeretek:**

Marketing fogalma, szerepének változása. A marketing mix. Marketingorientáció. Jogi és etikai megfontolások a marketingben. Fogyasztói magatartás értelmezése. A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők. A vásárlásfolyamata. A fogyasztói magatartás modellezése. A fogyasztói érdekek védelme. Piac szegmentáció, célcsoportképzés, pozicionálás. Szervezeti magatartás. A szervezeti piac sajátosságai. A szervezetek tevékenységét befolyásoló tényezők. A szervezeti magatartás modellje. Szervezeti vásárlás folyamata. A marketing mix. A termékpolitika. A termék értelmezése, hasznossági szintjei, a termék piaci életgörbéje, kínálat, termékpolitikai döntések. A szolgáltatásmarketing sajátosságai. Az árpolitika. Az árak és árképzés, árképzési módszerek, árképzés a gyakorlatban. Az értékesítési rendszer. Értelmezése, funkciói, értékesítési út tervezése, centralizáció, decentralizáció, értékesítési rendszer menedzselése, integráció, a kereskedelem szerepe az értékesítési

rendszerben. A marketingkommunikáció eszközei. Reklám, személyes értékesítés, vásárlásösztönzés, PR tevékenység. A nemzetközi marketing sajátosságai.

**Kompetenciák:**

- Ismeri a marketing alapfogalmait és elméleteit.
- Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.
- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.
- Viselkedésében a lojalitás és a társadalmi felelősségvállalás fontos szereppel bír.

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

**A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

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

**Kötelező irodalom:**

- Rekettye G.- Törőcsik Mária\_Hetesi Erzsébet: Bevezetés a marketingbe. II/5, III/11-12. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, 2016. Digitális kiadás. ISBN:9789630597593 [https://mersz.hu/hivatkozas/dj81bam\\_impreszum#dj81bam\\_impreszum](https://mersz.hu/hivatkozas/dj81bam_impreszum#dj81bam_impreszum)

**Ajánlott irodalom:**

- Éva Pólya: Born to consume? Some aspects of consumer socialization. ECONOMICA (SZOLNOK) 10 : 2. 2019. pp. 99-104.



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ I.</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFTTFN510/ WSUFTTFL510
<b>Szak megnevezése:</b>	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Marketingkommunikáció szakirány		
<b>Munkarend:</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Pénzes Ibolya Rózsa		
<b>Oktató</b>	Kissné dr. Cserhalmi Ildikó		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-		
<b>Óraszám</b>	30(1+1), 12(6+6)		
<b>Kredit</b>	5		
<b>A félévzárás módja:</b>	vizsgajegy		

#### **A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:**

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

#### **Megszerzendő ismeretek:**

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

#### **Kompetenciák:**

- Ismeri a marketing alapfogalmait és elméleteit.

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

#### **Oktatás módszertana:**

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

#### **A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

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

#### **Kötelező irodalom:**

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

#### **Ajánlott irodalom:**

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

- <http://www.kreativ.hu>
- <http://www.mediainfo.hu>



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Marketingkutatás módszertana</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFTTFN512/ WSUFTTFL512
<b>Szak megnevezése:</b>	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
<b>Munkarend:</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Gyenge Balázs		
<b>Oktató</b>	Dr. Gyenge Balázs		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>			
<b>Óraszám</b>	45(1+2)/18(6+12)		
<b>Kredit</b>	4		
<b>A félévzárás módja:</b>	félévközi jegy		

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

#### **Megszerzendő ismeretek:**

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

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

### **Kompetenciák:**

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

### **Oktatás módszertana:**

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

### **A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

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

Az érdemjegy az alábbiak szerint kerül kialakításra:

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

Hallgatói teljesítmény értékelése:

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

### **Kötelező irodalom:**

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

### **Ajánlott irodalom:**

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



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

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

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

#### **Megszerzendő ismeretek:**

A kereskedelem szerepe a szervezeti és fogyasztói piacon. Kétirányú piaci alkalmazkodás. A kereskedelem makro- és mikroökonómiai funkciói, feladatai marketing közelítésben. Az üzletláncok és független kiskereskedők marketingtevékenységének sajátosságai. Beszerzésmarketing. A kereskedelmi vállalkozások termékpolitikája. Termékpolitikai döntések a kereskedelemben. A



kereskedelmi márka. Kategóriamenedzsment a kereskedelemben. Árképzési módszerek a kereskedelemben. Beszerzési kedvezmények és engedmények hatása a fogyasztói árak kialakítására és a vállalati jövedelmezőségre. Csatornapolitika a kereskedelemben. Vertikális és horizontális marketingrendszerek fejlődése. Üzletformák és változása. Marketingkommunikáció a kereskedelemben. A vertikális és horizontális együttműködés fejlődésének hatása a marketingkommunikációra. Online marketing sajátosságai a kereskedelemben.

**Kompetenciák:**

- Készség szinten ismeri a gazdasági szervezetek gyakorlati működését, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.
- Ismeri a kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos feladatokat, és ismeri a kereskedelmi tevékenységre vonatkozó alapvető jogi szabályozásokat.
- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.

**Oktatás módszertana:**

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

**A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

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

**Kötelező irodalom:**

- Péntes Ibolya Rózsa-Gyenge Balázs: Kereskedelmi marketing. Egyetemi jegyzet. Szent István Egyetemi Kiadó. Gödöllő, 2010. 212 p.
- Agárdi Irma: Kereskedelmi marketing és menedzsment. IV-X. fejezet. Akadémiai kiadó Zrt. Budapest, 2017. Digitális kiadás. ISBN: 97896345 016 8  
[https://mersz.hu/dokumentum/dj233kmem\\_1/](https://mersz.hu/dokumentum/dj233kmem_1/)

**Ajánlott irodalom:**

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

## Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés

### Logisztika szakirány

		<b>TANTÁRGYI PROGRAM</b>	
		<b>WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA</b>	
<b>A TANTÁRGY ALAPADATAI</b>			
<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Munkaerőpiaci ismeretek</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFTTFN507/ WSUFTTFL507
<b>Szak megnevezése:</b>	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Farkas Péter		
<b>Oktató</b>	Dr. Farkas Péter		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-		
<b>Óraszám</b>	30 (1+1)/12(6+6)		
<b>Kredit</b>	3		
<b>A félévzárás módja:</b>	vizsgajegy		
<b>A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:</b> a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.			

**Megszerzendő ismeretek:**

Foglalkoztatás és munkaerőpiac. A munkaerő sajátosságai. Foglalkoztatottság és a munkaerőpiac jellemzői Magyarországon. Foglalkoztatás és munkaerőpiac európai kontextusban. Foglalkoztatási politika Magyarországon. Erőforrások, létszámtervezés, termelékenység, toborzás. Atipikus foglalkoztatási formák. Önfoglalkoztatás. A munkaerőpiac résztvevőinek szerepköre. Munkanélküliek keresetpótló támogatása, fajtái. Aktív és passzív foglalkoztatáspolitikai eszközök. 2015-2022 évi helyzet értékelése a számok tükrében. Változások okai.

**Kompetenciák:**

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

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

**A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

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

**Kötelező irodalom:**

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

**Ajánlott irodalom:**

- Dr. Frey Mária: Munkaerő-piaci intézmények és politikák Magyarországon. BCE. Budapest, 2011. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8571/Frey\\_2011.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8571/Frey_2011.pdf)
- 2012. évi I. törvény a munka törvénykönyvéről. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200001.tv>

**TANTÁRGYI PROGRAM****WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA****A TANTÁRGY ALAPADATAI**

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Üzleti nyelv 1</b> (angol nyelv/német nyelv)	<b>Kódja:</b>	WSUFNYAN504 / WSUNYAL504
<b>Szak megnevezése:</b>	EE-GM-KM-PSZ alapképzési szakok		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Kimmel Magdolna		
<b>Oktató</b>	Kispál Istvánné (angol nyelv)/Deák Zsuzsa (német nyelv)		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>			
<b>Óraszám</b>	45 (0+3))/20(0+20)		
<b>Kredit</b>	3		
<b>A félévzárás módja:</b>	félévközi jegy		

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

**Megszerzendő ismeretek angol nyelven**

4. Effective oral and written communication with business partners.  
Communication via the phone, making and receiving phone calls, leaving and taking messages.  
Strategies to bridge communication breakdowns: paraphrasing, politely requesting repeating etc.  
Business correspondence: types of business letters and e-mails (asking for and giving information on products/services/terms of delivery etc. placing and confirming orders, asking for quotation,

inviting business partners, accepting and politely declining invitations, placing complaints, responding to complaints etc.) Conventions of business letter/e-mail writing (content, structure and style), professional terms and conventional phrases used. Writing business reports.

Successful presentations: main parts, attention grabbing introductions, effective closings; discourse markers; visual backup, style, handling questions.)

Simulation: handling complaints. (Expressing dissatisfaction politely, making requests and demands, in writing and orally)

Case study: analysing data regarding consumer satisfaction about a product or a service; designing, writing up and presenting an action plan to remedy the situation.

#### 5. Business ethics and etiquette

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

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

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

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

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

#### 6. Marketing

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

Case studies: typical features of effective marketing campaigns.

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

### **Megszerzendő ismeretek német nyelven:**

#### 4. Geschäftskommunikation in Wort und Schrift

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

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

#### 5. Geschäftsetikette

Die Bedeutung der kulturellen Bewusstheit im Geschäftsleben. Themen der informellen Gespräche, Höflichkeitsformen, die Bedeutung und Verschiedenheiten der Körpersprache im Geschäftsleben, Kommunikationsmuster je nach Kulturen. Analyse der Konflikte, die auf

Verschiedenheit der Kulturen basieren, Behandlung von Konflikten, Rollenspiel. Etikette der geschäftlichen Bewirtung, Bescherung, Dress code, die Unterschiede bei der Leitung eines geschäftlichen Gesprächs, Verschiedenheiten des Zeitmanagements. Geschäftsetikette, die Folgen von unethischen Geschäftsverhalten. Fallanalysen.

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

#### 6. Marketing

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

Projektarbeit: Planen von Werbungskampagne und ihre Präsentation

#### **Kompetenciák:**

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

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

#### **A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

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

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

## Kötelező irodalom

### Angol nyelv:

A2/ B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

- Cotton, D., Falvey, D. Kent, S: New Market Leader Pre-Intermediate. Pearson-Longman. Harrow, 2007. 160 p. ISBN 978-1-4058-1296-2
- Grant, D. Hudson, J.: Business Results Pre-Intermediate. OUP. Oxford, 2009. 159 p. ISBN 978 0 19 474810 0
- Online kiegészítő anyagok  
<https://www.pearsonelt.com/myenglishlab.html>  
<https://elt.oup.com/student/result/?mode=student&cc=hu&selLanguage=hu>

B1/B2 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

B2+/C1 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

### Német nyelv:

A2/B1 nyelvi szintű hallgatók számára:

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

B1/ B2 vagyis középfeladói nyelvi szintű hallgatók számára

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

## Ajánlott irodalom

### Angol nyelv:

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

### Német nyelv:

- Mommertz, S. :Deutsche Geschäftskommunikation, Tanulási segédlet, Szolnok, 2020
- Braunert, J., Schlenker, W.: Unternehmen Deutsch, , B1/B2 Klett kiadó, Budapest 2008. 215 oldal • ISBN: 3126757456
- Buscha A., Linthout, G.: Geschäftskommunikation-Verhandlungssprache, Hueber Kiadó, München, 120. oldal 2007. ISBN: 9783190915989

### Online kiegészítő anyagok:

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



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Vállalati gazdaságtan alapjai</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFGTAN532/ WSUFGTAL532
<b>Szak megnevezése:</b>	KM, PSZ, GI felsőoktatási szakképzési szakok		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		



<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Mádi László
<b>Oktató</b>	Dr. Mádi László
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-
<b>Óraszám</b>	45 (2+1)/18(12+6)
<b>Kredit</b>	6
<b>A félévzárás módja:</b>	vizsgajegy
<b>A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:</b> a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.	
<b>Megszerzendő ismeretek:</b>	
<p>A vállalati gazdaságtan alapfogalmai, a vállalatok célrendszere, érintettjei, szervezeti keretei, profitorientált és nonprofit szervezetek. A vállalatok alapítása, működése és megszűnése. Vállalatelméletek. A vállalatok környezete. A vállalat társadalmi szerepe. Piac és piaci viszonyok. Az állam gazdasági szerepe. Az állami vállalatok jellemzői. Az alternatív közgazdaságtan és a felelős vállalat. A globalizáció és hatása a vállalatok tevékenységére. Verseny szerepe és funkciói. Kiemelt vállalati tevékenységek legfontosabb jellemzői (marketing, innováció, termelés és szolgáltatás, logisztika, humán erőforrás gazdálkodás, pénzügyek, információ és tudásmenedzsment). Ipar 4.0 hatása a vállalati tevékenységre, annak elemeire. Vállalatirányítási rendszerek. A vállalati stratégia és megvalósításának folyamata.</p>	
<b>Kompetenciák:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tisztában van a gazdálkodás-tudomány legalapvetőbb fogalmaival, elméleteivel, tényeivel, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseivel a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.</li> <li>- Ismeri a gazdasági szervezetek felépítését és működését.</li> <li>- Képes egyéni, illetve kisvállalkozói tevékenységet megtervezni, önállóan végezni.</li> <li>- Elkötelezett a minőségi munkavégzés iránt, betartja a vonatkozó szakmai, jogi és etikai szabályokat, normákat.</li> </ul>	
<b>Oktatás módszertana:</b>	
<p>A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.</p>	
<b>A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai</b>	
<p>A tantárgy vizsgajeggyel zárul.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.</li> </ul>	

- Vizsga értékelése:

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

**Kötelező irodalom:**

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

**Ajánlott irodalom:**

- Illés Mária: Vállalatgazdaságtan, Miskolci Egyetem, Miskolc, 2014. 162 p.  
[http://gkiweb.uni-miskolc.hu/gki/files/Illes\\_Maria\\_Vallalati\\_gazdasagtan\\_I.pdf](http://gkiweb.uni-miskolc.hu/gki/files/Illes_Maria_Vallalati_gazdasagtan_I.pdf)



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Marketing</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFTTFN509/ WSUFTTFL509
<b>Szak megnevezése:</b>	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Logisztika szakirány Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Marketingkommunikáció szakirány		
<b>Munkarend</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. László Éva		
<b>Oktató</b>	Dr. László Éva		

<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-
<b>Óraszám</b>	45(2+1)/18(12+6)
<b>Kredit</b>	6
<b>A félévzárás módja:</b>	vizsgajegy
<b>A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:</b> a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.	
<p><b>Megszerzendő ismeretek:</b>  Marketing fogalma, szerepének változása. A marketing mix. Marketingorientáció. Jogi és etikai megfontolások a marketingben. Fogyasztói magatartás értelmezése. A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők. A vásárlásfolyamata. A fogyasztói magatartás modellezése. A fogyasztói érdekek védelme. Piac szegmentáció, célcsoportképzés, pozicionálás. Szervezeti magatartás. A szervezeti piac sajátosságai. A szervezetek tevékenységét befolyásoló tényezők. A szervezeti magatartás modellje. Szervezeti vásárlás folyamata. A marketing mix. A termékpolitika. A termék értelmezése, hasznossági szintjei, a termék piaci életgörbéje, kínálat, termékpolitikai döntések. A szolgáltatásmarketing sajátosságai. Az árpolitika. Az árak és árképzés, árképzési módszerek, árképzés a gyakorlatban. Az értékesítési rendszer. Értelmezése, funkciói, értékesítési út tervezése, centralizáció, decentralizáció, értékesítési rendszer menedzselése, integráció, a kereskedelem szerepe az értékesítési rendszerben. A marketingkommunikáció eszközei. Reklám, személyes értékesítés, vásárlásösztönzés, PR tevékenység. A nemzetközi marketing sajátosságai.</p>	
<p><b>Kompetenciák:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ismeri a marketing alapfogalmait és elméleteit.</li> <li>- Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.</li> <li>- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.</li> <li>- Viselkedésében a lojalitás és a társadalmi felelősségvállalás fontos szereppel bír.</li> </ul>	
<p><b>Oktatás módszertana:</b> A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.</p>	
<b>A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai</b>	
<p>A tantárgy vizsgajeggyel zárul.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A félév aláírásának feltétele az oktató által meghatározott követelmények elégséges szintű teljesítése.</li> <li>- Vizsga értékelése:</li> </ul>	

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

#### Kötelező irodalom:

- Rekettye G.- Törőcsik Mária\_Hetesi Erzsébet: Bevezetés a marketingbe. II/5, III/11-12. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, 2016. Digitális kiadás. ISBN:9789630597593  
[https://mersz.hu/hivatkozas/dj81bam\\_impreszum#dj81bam\\_impreszum](https://mersz.hu/hivatkozas/dj81bam_impreszum#dj81bam_impreszum)

#### Ajánlott irodalom:

- Éva Pólya: Born to consume? Some aspects of consumer socialization. ECONOMICA (SZOLNOK) 10 : 2. 2019. pp. 99-104.  
<https://ojs.lib.unideb.hu/economica/article/view/3714/3630>



## TANTÁRGYI PROGRAM

### WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA

#### A TANTÁRGY ALAPADATAI

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

**A félévzárás módja:**

vizsgajegy

**A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:**

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.

**Megszerzendő ismeretek:**

Rendszerelméleti alapfogalmak. A logisztikai rendszerek értelmezése, karakterisztikái, alapfelosztásai. Mikro-, makro- és metalogisztikai megoldások. Logisztikai láncok értelmezése. A logisztikai rendszerek főbb csoportjai, fejlesztésének sajátosságai. A logisztikai tervezés folyamata, módszerei, modelljei. Folyamat- és rendszertervezés. A készletgazdálkodás, a tárolás és a raktározás szerepe a logisztikai rendszerekben (Felosztások, módok, mutatók, eljárások. Betárolás, belső árumozgatás, kitárolás, kommissiózás, expedálás). Termelési- és szolgáltatási folyamatok idő- és kapacitásjellemzői. Anyagmozgató rendszerek. Áramlás- és mozgásjellemzők, teljesítőképesség. Party-logistics (PL) rendszerek. E-logisztikai sajátosságok.

**Kompetenciák:**

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

**Oktatás módszertana:**

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

**A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

A tantárgy vizsgajeggyel zárul.

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

Vizsga értékelése:

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

**Kötelező irodalom:**

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

**Ajánlott irodalom:**

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

**TANTÁRGYI PROGRAM****WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA****A TANTÁRGY ALAPADATAI**

<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>Nemzetközi ügyletek és külkereskedelmi technikák</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFGTAN519 / WSUFGTAL519
<b>Szak megnevezése:</b>	Kereskedelem és marketing felsőoktatási szakképzés		
<b>Munkarend:</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Eperjesi Zoltán		
<b>Oktató</b>	Dr. Szalai Ibolya		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-		
<b>Óraszám</b>	30(0+2)/12(0+12)		
<b>Kredit</b>	3		
<b>A félévzárás módja:</b>	félévközi jegy		

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

**Megszerzendő ismeretek:**

A külkereskedelem sajátosságai. A nemzetközi kereskedelem intézményi környezete. Kereskedőtípusok a nemzetközi piacon. A nemzetközi kereskedelmi szerződés előkészítése és megkötése. Személyes tárgyalás. A nemzetközi adásvételi szerződés tartalmi feltételei. Okmányok és értékpapírok a külkereskedelemben. Nemzetközi logisztika-nemzetközi szállítmányozás. Nemzetközi áru fuvarozás, nemzetközi biztosítás. Külkereskedelmi ügylet, az ügylet tárgya, szakaszai az egyes szakaszok feladatai. A külkereskedelmi ügylet típusai. Export, import, barter, kompenzációs ügylet, reexport ügylet, visszavásárlásos ügylet, viszont vásárlásos ügylet, licencia típusú ügyletek, nemzetközi bér munka ügylet, lizing ügylet. Incoterms 2000, Incoterm 2010. Incoterms 2020. EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DAF, DES, DEQ, DDU, DDP, DAT, DAP ismerete, alkalmazása. Incoterms 2020. Fizetési módok és eszközök a nemzetközi kereskedelemben. Kockázat és kockázatmenedzsment a külkereskedelemben.

**Kompetenciák:**

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

**Oktatás módszertana:**

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

**A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

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

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

**Kötelező irodalom:**

- Constantinovits Milán-Sipos Zoltán: Nemzetközi üzleti technikák. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest, 2016. Digitális kiadás. ISBN: 9789630597234  
[https://mersz.hu/dokumentum/dj57nut\\_1/](https://mersz.hu/dokumentum/dj57nut_1/)
- Víg László: Az Incoterms elméleti háttéréről és a 2020-ban bevezetésre kerülő változásokról. Acta Periodika. 15. kötet. Edutus Egyetem. Tatabánya, 2018. 51-74 pp. ISSN:2063501X

**Ajánlott irodalom:**

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

**TANTÁRGYI PROGRAM****WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA****A TANTÁRGY ALAPADATAI**

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

**A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:**

A Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.



**Megszerzendő ismeretek:**

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

**Kompetenciák:**

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

**Oktatás módszertana:**

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

**A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai**

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

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

**Kötelező irodalom:**

- Dr. Réger Béla: Benchmarking a multinacionális logisztikai menedzsmentben. [http://files.mkle.net/200008220-b0b02b1a86/kl\\_2011\\_1\\_Elm\\_Dr%20R%C3%A9ger.pdf](http://files.mkle.net/200008220-b0b02b1a86/kl_2011_1_Elm_Dr%20R%C3%A9ger.pdf)
- Logisztikai előadások anyaga, az oktató által kijelölt tartalmak.

**Ajánlott irodalom:**

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

 <b>TANTÁRGYI PROGRAM</b>			
<b>WEKERLE SÁNDOR ÜZLETI FŐISKOLA</b>			
<b>A TANTÁRGY ALAPADATAI</b>			
<b>Tantárgy megnevezése:</b>	<b>E-kereskedelem</b>	<b>Kódja:</b>	WSUFGTFN509/WSUFGTFL509
<b>Szak megnevezése:</b>	Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés, Logisztika szakirány		
<b>Munkarend:</b>	nappali/levelező tagozat		
<b>Ajánlott tanterv szerinti félév</b>	2. félév		
<b>Meghirdetés gyakorisága</b>	mintatanterv szerint		
<b>Tantárgy felelős</b>	Dr. Farkas József		
<b>Oktató</b>	Dr. Gerják István		
<b>Előtanulmányi feltételek:</b>	-		

<b>Óraszám</b>	30(1+1)/12(6+6)	
<b>Kredit</b>	5	
<b>A félévzárás módja:</b>	félévközi jegy	
<b>A tantárgyi szakmai tartalom elsajátításának célja:</b> a Képzési és kimeneti követelményekben meghatározott, kapcsolódó kompetenciák elérése.		
<b>Megszerzendő ismeretek:</b>		
<p>Az E-kereskedelem szerepe és jelentősége. Az E-kereskedelem fejlődése. A hagyományos és az elektronikus kereskedelem összehasonlítása, azonosságok és különbségek. Az E-kereskedelmi vállalkozások indítása. Az E-kereskedelmi vállalkozás informatikai, gazdasági és jogi feltételei. Az e-kereskedelem biztonságtechnikai és adatvédelmi kérdései. Az E-üzletek kiépítésének szempontjai. Az e-kereskedelem ügylettípusai. A lakossági elektronikus kereskedelem (B2C) jellemzői. A vállalkozói elektronikus kereskedelem (B2B) jellemzői. Az E-kereskedelem üzleti modelljei. A honlappal kapcsolatos elvárások. Az online fogyasztói magatartás modellje és jellemzői. Az online fogyasztók szegmentálása, tömegmarketing vs. perszonalizáció. Hazai és nemzetközi gyakorlati példák.</p>		
<b>Kompetenciák:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit. Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra.</li> <li>- Ismeri a kereskedelmi tevékenységgel kapcsolatos feladatokat, és ismeri a kereskedelmi tevékenységre vonatkozó alapvető jogi szabályozásokat.</li> <li>- Képes egyéni, illetve kisvállalkozói tevékenységet megtervezni, önállóan végezni.</li> <li>- Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.</li> <li>- Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.</li> </ul>		
<b>Oktatás módszertana:</b>		
<p>A tananyag feldolgozása előadáson, szemináriumon, valamint a hallgató által önállóan, illetve csoportban végzett munka alapján történik. A szemináriumok az elméleti ismeretek gyakorlatban történő alkalmazására irányulnak, amelynek során a hallgatók az oktató irányításával feladatokat oldanak meg, esettanulmányokat dolgoznak fel, illetve különböző szituációkban problémák megoldására irányuló javaslatokat dolgoznak ki és azokat prezentálják. A tananyag feldolgozását korszerű IKT eszközök, önellenőrző feladatok, példatárak, valamint az oktató által kidolgozott egyéb oktatási segédletek támogatják. Ezeket a hallgató a Neptun Meet Streetben tudja elérni.</p>		
<b>A félévzárás módja, a tantárgyi jegy kialakításának szempontjai</b>		
<p>A tantárgy félévközi jeggyel zárul. A követelményeket az oktató az első órán ismerteti. Hallgatók teljesítményének értékelése:</p>		
	0-50%	elégtelen (1)
	51-64%	elégséges (2)
	65-79%	közepes (3)
	80-89%	jó (4)
	90-100%	jeles (5)

**Kötelező irodalom:**

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

**Ajánlott irodalom:**

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