TANTÁRGYI ADATLAP

Innovációs és vállalkozási alapok

BMEGT20M402

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve
Innovációs és vállalkozási alapok

Azonosító	BMEGT20M402

A tantárgy jellege
kontaktórás tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

Típus	*óraszám*
Előadás	4
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi teljesítményértékelés (minőségértékelés) típusa
félévközi érdemjegy

Kreditszám
5

Tantárgyfelelős

Neve	*Beosztása*	*Email címe*
Dr. Danyi Pál	egyetemi docens	danyi.pal@gtk.bme.hu

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység
Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgy weblapja
https://edu.gtk.bme.hu

A tantárgy oktatásának nyelve
angol - EN

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve
Szak: **Szabadon választható tárgyak**
Tantárgy szerepe: **Kötelező**
Ajánlott félév: **1**

Közvetlen előkövetelmények

Erős	Nincs
Gyenge	Nincs
Párhuzamos	Nincs
Kizáró feltételek	Nincs

A tantárgyleírás érvényessége
Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2022.06.29.) az 580427/8/2022 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2022.06.29-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tárgy célkitűzése, hogy megismertesse a hallgatókat a sikeres innovatív vállalkozásokkal, és hogy képesek legyenek maguk is ilyen vállalkozásokat létrehozni. A félév során a diákok részletesen megtanulják a startupok és az inno-vatív vállalkozások korai működésének sikertényezőit, beleértve a startup menedzsment fogalmi keretét és a mód-szertani eszközeit. A tanfolyam számos fontos kérdésre ad választ, mint pl. • Miért érdemes vállalkozásindítást alapítani, amikor rengeteg munkalehetőség van? (karrier kihívás) • Miért érdemes vállalkozói ismereteket szerezni, ha még nem döntöttél a vállalkozás indítása mellett? (intellektuális kihívás) • Hogyan kell irányítani és működtetni egy vállalkozást, ha indítani akarsz egyet? (vállalkozói kihívás) • Mit kell tudni a marketingről és a piackutatásról, hogy termékeddel sikeres légy a vásárlók körében? (termékpiaci illeszkedés) Az órákat egyrészt oktatási vállalkozók tartják, másrészt számos sikeres hazai vállalkozó vendégelőadóként is be-számol tapasztalatairól, piaci környezetéről, a vállalkozói „életmód" kihívásairól, örömeiről. A tantárgyat kiegészítik a Vállalkozásfejlesztési gyakorlat I. és II. (Business Development Lab I, BMGT20M403 és II, BMEGT20M404) gyakorlati tantárgyak, amelyek elmélyítik az itt oktatott elméleti előadásokat.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Megismerik a vállalkozások típusait (startup, hagyományos vállalati modellek, szolgáltatásnyújtás, tanácsadás, szociális vállalkozás stb.) és azok eltérő jellemzőit.
2. Megismerik az innovatív vállalkozások sikerkritériumait.
3. Megismerik az üzleti műveletek általánosan használt fogalmi kereteit, a modern szókincset (startup, validálás, termékalkotás és értékesítés, lean módszertanok, pivot, pitching stb.).
4. Megismerik a startup és kkv alapítás módszertani eszközeit: üzleti koncepció térkép, prototípus, MVP, MVBP, feltáró piackutatás, projektmenedzsment, kockázatelemzés, pénzügyi számítások

Képesség

1. Képesek különbséget tenni az egyes üzleti ötletek között, hogy mely megoldásokra van szükség.
2. Képesek eldönteni, hogy saját habitusuk, karriercéljaik hogyan viszonyulnak a vállalkozásokhoz.

Attitűd

1. Együttműködjenek az oktatóval és a diáktársakkal az ismeretek bővítése érdekében.
2. Folyamatos ismeretszerzéssel proaktívan bővíteni tudják tudásukat.
3. Tanterven kívüli tevékenységként olvassanak el és ajánljanak releváns cikkeket és könyveket.

Önállóság és felelősség

1. Képesek önállóan értékelni egy üzleti ötlet „jóságát", megvalósíthatóságát, profittermelő képességét és várható eredményességét.
2. Fogadják el a megalapozott kritikai megjegyzéseket.

Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció elsősorban szóban. Egyéni munka.

Tanulástámogató anyagok

- Curriculum and slides can be downloaded from the Moodle page related to the subject after the lectures. Moodle has business case studies and other educational resources. https://edu.gtk.bme.hu
- Main textbook: Laverty-Littel: Entrepeneurship, Opexstax. 2020. (Available: https://openstax.org/details/books/entrepreneurship)
- Blank, Steve (2005) Four Steps to the Epiphany. Successful Strategies for Products that Win. Cafepress.com
- Aulet, Bill (2013): Disciplined Entrepreneurship. 24 steps to a successful startup. Willey valamint: www.disciplinedentrepreneurship.com és http://www.detoolbox.com/
- Ries, Eric (2011): The Lean Startup, Crown Business, New York
- Savoia, Alberto (2011): Pretotype it, https://www.pretotyping.org/uploads/1/4/0/9/14099067/pretotype_it_2nd_pretotype_edition-2.pdf
- Fitzpatrick, Rob (2013): The Mom test. How to talk to customers & learn if your business is a good idea when eve-ryone is lying to you

- http://www.ted.com/talks/lang/eng/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action.html
- http://www.ted.com/talks/malcolm_gladwell_on_spaghetti_sauce.htm
- 12 Lessons Steve Jobs Taught Guy Kawasaki on youtube

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

The aim of the course is to provide students a theoretical introduction to the fields of innovation, entrepreneurship, management and marketing, to let them understand the basic concepts. Assessments methods are primarily tests.

Teljesítményértékelési módszerek

Detailed description of assessments during the term: Each midterm test consists of two parts. The first part is about the concepts and basic knowledge of the given topic. Typically, this may consist of multiple choice tests, short-answer questions and tasks, and true/false questions, figure supplementations. The second part of the midterm test aims to assess more complex understanding of the topic through essays or short case studies, prob-lem solving tasks, or calculations. 30-60 minutes are available for writing a midterm. There
are no minimum scores for the individual tests. The condition of course completion is to achieve at least 51 percent of the total scores. During the academic semester it is possible to receive extra scores which will be automatically counted in case of reaching the minimum requirement of 50 scores.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- **1. partial performance evaluation (active participation)**: 50
- **2. partial performance evaluation (active participation)**: 50
- **TOTAL**: 100

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	94
Jeles	90-93
Jó	77-89
Közepes	64-76
Elégséges	50-63
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

1) The date of retaking or making up midterms is: Week 14. 2) One of the midterm exams can be retaken or made up at the end of the semester. 3) Always the last achieved result is counted, even in case of grade deterioration. 4) The rewrite opportunity is considered only for students who have achieved at least a „Pass [E]”grade based on the result of the original midterms. 5) Please take into consideration
that there is no other option to obtain the grade except for the midterms and their retake occasions at specified time.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

participation in contact lessons	48
preparing for the midterms	102
TOTAL	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselet véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2022.06.13-án. Érvényes 2022.06.13-tól.

III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

A félévben sorra vett témák

Subject includes the topics detailed in the course syllabus to ensure learning outcomes listed under 2.2. can be achieved. Timing of the topics may be affected by calendar or other circumstances in each semester.

1 Introduction, basic concepts of management
2 Specifics of Planning
3 Sub-functions of Organizing
4 Organizational structure, life cycle models
5 Controlling function, decision-making capability
6 Entrepreneurship basics: problem-solution fit, value proposition, business model canvas, product-market fit, MVP, financial planning
7 Midterm test
8 Introduction to Marketing Management
9 Analysing Marketing Information
10 Consumer Markets and Consumer Buying Behaviour
11 Business Markets and Business Buyer Behaviour
12 Marketing Strategy, Competitive Strategies
13 Segmentation, Targeting, Positioning, 4 Ps
14 Midterm test

További oktatók

László Csíki	PhD hallgató
Dorottya Szemere	PhD hallgató

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék vezetője hagyja jóvá.