



SUBJECT DATASHEET

MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS

BMEGT20A400

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

MANAGEMENT AND BUSINESS ECONOMICS

ID (subject code)

BMEGT20A400

Type of subject

contact lessons

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	3
Practice	0
Laboratory	0

Type of

assessment

term grade

Number of

credits

4

Subject Coordinator

Name *Position* *Contact details*

Dr. Nemeslaki András professor nemeslaki.andras@gtk.bme.hu

Educational organisational unit for the subject

Department of Management and Business Economics

Subject website

<https://edu.gtk.bme.hu>

Language of the subject

magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms

Direct prerequisites

Strong None

Weak None

Parallel None

Exclusion None

Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 580672/5/2023 registration number. Valid from: 25.10.2023.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The aim of the subject is to introduce students the principles of the work and operation of organizations and management. In the course, we briefly present the most important sub-fields and current problems of business and management. Then, we deal with the basics of business economics and discuss the following main topics: the purpose of business organizations, production and service processes, production management, cost management, investment and financing.

Academic results

Knowledge

1. Know all the important elements of the social science concept set, understands the connections that form the basis of the interpretation of society and organizational operation.
2. Have an overview of the normative systems and operating practices of the social spheres belonging to the field, ie the institutions such as the economy, the market and the companies.
3. Have confident methodological knowledge in various areas of management, understand the possibilities and perspectives of methodological innovation.

Skills

1. Are able to synthesize the basic theories and concepts of social communication, to formulate rational arguments, ie to form an opinion and defend one's opinion during debates in different fields of communication.
2. In their professional vocabulary, they confidently use the vocabulary of the management profession, the basic scientific concepts of the profession, and the elements of the special vocabulary based on them.

Attitude

1. Accept that cultural phenomena are historically and socially defined and variable.
2. Accept the Hungarian and European religious and social, historical and actual diversity and represent these values.
3. Are open to all forms of professional innovation, accepts, but not without thinking, the theoretical, practical and methodological innovations.
4. Are open to critical self-assessment, various forms of professional training, self-developing methods of intellectual worldview and strive for self-development in these areas.
5. Consciously represent the methods with which they work in their own profession and accept the different methodological features of other disciplines.

Independence and responsibility

1. Are able to perform and manage complex tasks in accordance with the professional expectations of the professional work community.
2. Organize their work and the tasks of the staff under them with the independence and responsibility appropriate to their position in the organizational structure.
3. Are independent, constructive and assertive in forms of cooperation inside and outside the institution.

Teaching methodology

Lectures, computational exercises, optional exercises individually or in teamwork

Materials supporting learning

- Kövesi J. (szerk.): Menedzsment és vállalkozásgazdaságtan, Üzleti tudományi ismeretek, Typotex Kiadó, Budapest, 2015
- MVT szerzői munkaközösség: Marketing – Fókuszban a termék, Typotex, 2017 – kijelölt fejezetek
- Egyéb, az oktatók által kiadott oktatási segédletek (letölthető: <https://edu.gtk.bme.hu>)

II. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése A tárgy félévközi érdemjeggyel zárul.

Performance assessment methods

A. Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: A szorgalmi időszakban két zárthelyi dolgozat kerül megírásra. A ZH-k 40-40 pontosak. A félév során, 6 alkalommal, órai aktivitással alkalmanként maximum 5-5 pontot lehet szerezni. Ebből a 30 pontból maximum 20 pont kerül beszámításra a jegy megszerzésébe. A gyakorlatok pontos időpontját félév elején kihirdetik az oktatók.

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- 1. zárthelyi dolgozat: 40
- 2. zárthelyi dolgozat: 40
- Órai aktivitás: 20
- Összesen: 100

Percentage of exam elements within the rating

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Issuing grades

Excellent	95
Very good	81–94
Good	69–80
Satisfactory	56–68
Pass	50–55
Fail	0-49

Retake and late completion

1) Az egyes évközi teljesítményértékelésekhez nem tartozik egyenkénti minimumkövetelmény, de egyenkénti pótlásuk lehetséges a félév elején meghirdetett időpontokban. Pótpót zárthelyi dolgozat nincs. 2) Az aktív részvétel – jellegéből adódóan – nem pótolható, nem javítható, továbbá más módon nem kiváltható vagy helyettesíthető.

Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	42
felkészülés a kontakt tanórára	42
zárthelyi dolgozat felkészülés	36
összesen	120

Approval and validity of subject requirements

Consulted with the Faculty Student Representative Committee, approved by the Vice Dean for Education, valid from: 09.10.2023.

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll. Az egyes félévekben meghirdetett kurzusok sillabuszaiban e témaelemeket ütemezzük a naptári és egyéb adottságok szerint.

- 1 Stratégiai marketingmenedzsment: vevőérték teremtése, új marketing koncepciók, stratégia-alkotás, vállalati környezet elemzése, versenykörnyezet szereplőinek elemzése, versenystratégiák, digitális és online stratégiák és kommunikáció.
- 2 Menedzsment alapok: a vállalat alapvető erőforrásai és folyamatai; a vállalat, mint szervezet; funkciók és menedzseri szerepek; a csoportmunka jelentősége és eredményei; kommunikáció a szervezetben; vállalatirányítási rendszerek; a termék fogalma, életciklusa.
- 3 Minőségmenedzsment: a minőségmenedzsment fejlődésének fontosabb szakaszai; a minőségügyi rendszerek alapelveinek áttekintése az ISO 9001:2000 előírásai alapján; a Total Quality Management (TQM) alapelveinek összefoglalása; a folyamatos javítás elve és módszerei.
- 4 Termelésgazdaságtan: a termelőrendszer definíciója, fejlődése; a termelő- és szolgáltatórendszerek osztályozása; a készletek szerepe a termelésben, készletekkel kapcsolatos költségek; egyszerű készletgazdálkodási rendszerek; Költséggazdálkodási rendszerek: költség-számítási rendszerek fejlődése, szintjei; költségek csoportosítási módjai; Tradicionális költség-számítási modellek; ár-költség-nyereség-fedezet struktúra (ÁKFN modell); standardköltség-számítás; tevékenység-alapú költség-számítás (ABC). Kihasztnálatlan kapacitás költség.

Additional lecturers

Szemere Dorottya Phd hallgató szemere.dorottya@bme.hu

Gerse-Krizsa Teréz Phd hallgató krizsa.terez@gtk.bme.hu

Approval and validity of subject requirements