



TANTÁRGYI ADATLAP

ÉRTÉKESÍTÉSMENEDZSMENT

BMEGT20ML23

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

ÉRTÉKESÍTÉSMENEDZSMENT

Azonosító

BMEGT20ML23

A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

vizsgaérdemjegy

Kreditszám

5

Tantárgyfelelős

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
-------------	------------------	-------------------

Dr. Veres István	egyetemi adjunktus	veres.istvan@gtk.bme.hu
------------------	--------------------	-------------------------

Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Menedzsment és Vállalkozásgazdaságtan Tanszék

A tantárgy weblapja

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

A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Marketing MSc 2017/18/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **3**

Szak: **Marketing MSc 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **3**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2021.11.24.) az 581046/15/2021 iktatószámon hozott határozatával, amely érvényes 2021.11.24-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy fő célkitűzése, hogy a hallgatók megismerjék az értékesítésmenedzsment lényegesebb fogalmait, elméleti alapösszefüggéseit és kapcsolatát a marketingmenedzsmenttel. A tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék a különböző értékesítési csatornákat, a horizontális és vertikális értékesítési rendszereket, a termékek és szolgáltatások értékesítésének jellemzőit, a hagyományos és integrált elosztási rendszereket, a kapcsolati marketing és a személyes eladás sajátosságait, és az értékesítés új (online kereskedelem) formáit. Rámutat az értékesítés, a marketing, és a logisztika összefüggéseire, ismerteti a marketing-mix elemeinek szoros kapcsolatát az értékesítéssel, valamint az értékesítést támogató vállalati szolgáltatások kiterjedt rendszerét is bemutatja. Az elméleti alapismeretek mellett esettanulmányokon keresztül igyekeznek a tantárgy kapcsolatot teremteni a vállalat gyakorlati üzleti tevékenysége és az elmélet között. Az esettanulmányok feldolgozása az előadások során történik részben egyéni, részben közösen az előadóval, melynek célja, hogy a hallgatók levonják a témával kapcsolatos szükséges következtetéseket, tanulságokat, ezáltal is érdekesebbé, „kézzelfoghatóbbá” téve az értékesítésmenedzsment tantárgyat.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Ismeri az értékesítésmenedzsmenttel kapcsolatos főbb fogalmakat
2. Ismeri az értékesítés rendszerét, az értékesítés fő funkcióit, a Heskett—féle megközelítésben
3. Ismeri az értékesítési csatorna modelleket
4. Ismeri a nagykereskedelemtől és a kiskereskedelemtől sajátosságait, jelenlegi aktuális trendjeit
5. Ismeri az értékesítési csatornatervezés alapösszefüggéseit
6. Ismeri az online értékesítési csatorna sajátosságait és a webáruház-tervezés alapösszefüggéseit
7. Megismeri példákon keresztül és a gyakorlatban alkalmazni tudja az értékesítésmenedzsmentet
8. Ismeri a nemzetközi értékesítési csatornák sajátosságait
9. Ismeri a személyes értékesítés fontosabb elméleti összefüggéseit és gyakorlati sajátosságait
10. Elsajátítja a személyes értékesítés alapismereteit
11. Ismeri a vállalati értékesítési csatornák rendszerét és összefüggéseit

Képesség

1. Az értékesítésmenedzsment összefüggéseinek elsajátításán keresztül vállalatok értékesítési csatornáinak tervezését, ellenőrzését és hatékonyság elemzését képes elvégezni és ezzel kapcsolatban önálló javaslatokat tesz.
2. A tanult értékesítés-elmélet és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemel, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
3. A fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálja.
4. Projektben, csoportos feladatmegoldásban vesz részt, a gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően azokban vezetőként a tevékenységet vezeti, szervezi, értékeli, ellenőrzi.
5. Képes együttműködni más szakterületek képviselőivel (mérnökökkel, marketingesekkel, beszerzőkkel, kereskedőkkel).
6. Képes gondolatait rendezett formában szóban és írásban kifejezni.

Attitűd

1. Együttműködik az ismeretek bővítése során az oktatóval és hallgató társaival,
2. Önállóan és csapatban is dolgozik, miközben folyamatosan bővíti tudását
3. Nyitott a korszerű technológiai eszközök használatára
4. Folyamatos ismeretszerzéssel bővíti tudását,
5. Törekszik saját kommunikációs készségének és képességének fejlesztésére és kiteljesítésére
6. Nyitott a saját és mások ötleteinek elfogadására és integrálására a marketing szemlélet érvényesítése (értékesítés) során.
7. Nyitott a sablonmentes megoldások irányába.

Önállóság és felelősség

1. Önállóan elemzi és értékeli a kiválasztott vállalati értékesítési tevékenységét
2. Nyitott az egyedi és hatékony értékesítési csatorna tervezési megoldásra
3. Önállóan és csapatban is képes dolgozni
4. A problémamegoldás során elemzi és értékeli a rendelkezésre álló információkat és ennek segítségével több változatot bemutat az értékesítési konfliktus, probléma megoldására.
5. Probléma megoldó képessége fejlődik
6. Elfogadja és integrálja ismereteibe mások véleményét, ötleteit
7. Önálló ötleteket alkot és bemutatja azokat hallgató társainak.

Oktatásmódszertan

Előadások, kommunikáció írásban és szóban, IT eszközök és technikák használata az előadáson és az önállóan elkészítendő opcionális feladatok során.

Tanulástámogató anyagok

- Veres István: Értékesítésmenedzsment (oktatási segédanyag)

- Agárdi I.: Kereskedelmi marketing és menedzsment, Akadémia Kiadó, Budapest 2010
- Bauer A.- Mitev Ariel Z.: Eladásmenedzsment Akadémia Kiadó, Budapest, 2008
- További letölthető oktatási segédletek

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése egy évközi írásbeli tanulmány – házi feladat - és az előadásokon tanúsított aktív részvétel alapján, illetve vizsga alapján történik.

Teljesítményértékelési módszerek

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: 1. Részteljesítmény-értékelés (házi feladat): a házi feladatok opcionálisak, a szorgalmi időszakban, az előadásokon meghirdetettek szerint teljesíthetők, nem pótolhatók és az általuk megszerzett pontszám csak a vizsgába számít bele, az aláírás ennek segítségével nem szerezhető meg. 2.

Részteljesítmény-értékelés

(aktív részvétel): a félév során néhány alkalommal az oktatók az órai teljesítményt (az órai esettanulmányok feldolgozását, értelmezését és megoldási javaslatokat) is értékelik, amely pontszám csak a vizsgába számít bele, az aláírás ennek segítségével nem szerezhető meg. 3. Az 1. és 2. pontban részletezett házi feladat és aktív részvétellel együttesen 15 pont (15%) szerezhető meg, amelyet a vizsgajegy számításakor adunk hozzá a pontszámhoz. B/ Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés A vizsga elemei: 1. írásbeli teljesítményértékelés: A vizsgadolgozat 100 pontos, amely a tanulási eredmények értékelésébe 100%-kal számít be. 2. évközi eredmények beszámítása: a 3.2 pontjában bemutatott házi feladat és az aktív részvétel maximum 15%-ban számítható bele a vizsga értékelésébe. Ezek a teljesítmények az aláírás megszerzése után megmaradnak és beszámíthatóak, amíg a hallgató aláírása is megmarad a TVSZ által előírt félévig.

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel): 15%
- összesen: 15%

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

- írásbeli vizsga: 100%
- évközi opcionális házi feladat és órai pontok: 15%
- összesen: 100%+15%

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Az aláírás megszerzésének feltétele, hogy a 3.3. pont szerint megszerzhető pontszám legalább 50%-át elérje a hallgató. A 3.3 pontban szereplő plusz 15%-ot érő részteljesítmény értékelés (házi feladat, aktív részvétel) a szorgalmi időszakban jelenik meg, de pontszámában csak a vizsgába számítható bele, az aláírás megszerzésébe nem számítható bele. A megszerzett aláírás a TVSZ szerint előírt félévig érvényes.

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	91-100
Jeles	87,5-90
Jó	75-87
Közepes	62-74,5
Elégséges	50-61,5
Elégtelen	0-49

Javítás és pótlás

1) A vizsgadolgozat 100 pontos, amely a tanulási eredmények értékelésébe 100%-kal számít be. Pótlás TVSZ szerint. 2) Az opcionális házi feladat, mivel az aláírás megszerzésébe nem számít bele és az érdemjegy meghatározásában is a 100% feletti részhez tartozik, ezért nem pótolható, a beadási határidő és a feladat ismertetése az órán kerül meghirdetésre. 3) A beadott és elfogadott házi feladat nem javítható. 4) Az aktív részvétel – jellegéből adódóan – nem pótolható, nem javítható, továbbá más módon nem kiválható vagy helyettesíthető.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	14×2=28
opcionális házi feladat vagy órai feladat elkészítése	30
kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása	48
vizsgafelkészülés	44
összesen	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2021.10.04-én. Érvényes 2021.10.04-től.

III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

A félévben sorra vett témák

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. AZ ÉRTÉKESÍTÉSI RENDSZER; 1.1. Az értékesítés helye a marketingben; 1.2. Az értékesítés funkciói; 1.3. Az értékesítési rendszer szereplői 2. NAGYKERESKEDELEM; 2.1. A nagykereskedelem funkciói; 2.2. A nagykereskedők típusai; 2.3. Nagykereskedelmi marketingdöntések 3. KISKERESKEDELEM ; 3.1. A kiskereskedők típusai; 3.2. Kiskereskedelmi marketingdöntések; 3.3. Kereskedelmi márkák 4. A KISKERESKEDELEM ÚJ DIMENZIÓI; 4.1. A hipermarketek szerepe a kiskereskedelmi marketingben; 4.2. ECR; 4.3. Trade marketing; 4.4. Kategóriamenedzsment; 4.5. Merchandising 5. HAGYOMÁNYOS ÉS INTEGRÁLT ELOSZTÁSI RENDSZEREK; 5.1. Disztribúciós csatornák; 5.2. Vertikális és horizontális elosztási rendszer; 5.3. Csatornakonfliktusok; 5.4. A franchise rendszer 6. Gondolatok a XXI. századi marketing és értékesítési aktualitásokról 7. ELADÁSMENEDZSMENT /SZEMÉLYES ÉRTÉKESÍTÉS I./; 7.1. Bevezetés az eladásmenedzsmentbe ; 7.2. Többcsatornás értékesítési rendszerek; 7.3. Személyes eladás fontosabb területei 8. VEVŐELÉGEDETTSÉG, VEVŐÉRTÉK, VEVŐMEGTARTÁS AZ ÉRTÉKESÍTÉSI RENDSZERBEN 9. SZEMÉLYES ELADÁS II.; 9.1. Értékes ügyfélkapcsolat kialakítása és fenntartása; 9.2. Értékteremtés az ügyfél számára; 9.3. Ügyfél-elkötelezettség kialakítása; 9.4. Hatékony értékesítés 10. AZ ONLINE ÉRTÉKESÍTÉS SAJÁTOSSÁGAI; 10.1. Direkt és interaktív marketing.; 10.2. E-kereskedelem; 10.3. Új trendek, lehetőségek; 10.4. Távmunka, mint új lehetőség a foglalkoztatásban 11. MARKETING LOGISZTIKA

További oktatók

Dr. Szalkai Zsuzsanna egyetemi docens szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu

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.