



SUBJECT DATASHEET

SALES MANAGEMENT

BMEGT20ML23

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

SALES MANAGEMENT

ID (subject code)

BMEGT20ML23

Type of subject

contact lessons

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	2
Practice	0
Laboratory	0

Type of assessment

exam grade

Number of credits

5

Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
-------------	-----------------	------------------------

Dr. Veres István	assistant professor	veres.istvan@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

Programme: **Marketing MSc from 2017/18/Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **3**

Programme: **Marketing MSc from 2019/20/Term 1**

Subject Role: **Compulsory**

Recommended semester: **3**

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: 581046/15/2021. Valid from: 24.11.2021.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The main objective of the course is to acquaint students with the more important concepts of sales management, its basic theoretical connections and relationship with marketing management. The aim of the course is to acquaint students with different sales channels, horizontal and vertical sales systems, sales characteristics of products and services, traditional and integrated distribution systems, the specifics of relationship marketing and personal sales, and the value of new forms of sales (online commerce). It points out the connections between sales, marketing, and logistics, describes the close relationship between the elements of the marketing mix and sales, and presents the extensive system value of corporate services that support sales. In addition to the basic theoretical knowledge, the subject seeks to establish a connection between the company's practical business activities and theory through case studies. The case studies are processed during the lectures partly individually and partly together with the lecturer, the aim of which is for the students to draw the necessary conclusions and lessons related to the topic, thus making the subject of sales management more interesting and "tangible".

Academic results

Knowledge

1. Know the main concepts related to sales management
2. Know the sales system, the main functions of sales, in the Heskett approach
3. Know the sales channel models
4. Know the peculiarities of wholesale and retail trade, current current trends
5. Know the basic contexts of sales channel planning
6. Know the characteristics of the online sales channel and the basic contexts of web store design
7. Learn through examples and are able to apply sales management in practice
8. Know the peculiarities of international sales channels
9. Know the most important theoretical contexts and practical features of personal selling 1
10. Acquire the basics of personal sales 1
11. Know the system and context of corporate sales channels

Skills

1. Through the acquisition of the contexts of sales management, are able to plan, control and analyze the efficiency of sales channels of companies and make independent proposals in this regard.
2. Using the learned sales theory and methods, reveal, systematize and analyze facts and basic connections, formulate independent conclusions, critical remarks, make decision-making proposals, make decisions in routine and partly unknown - domestic and international - environments.
3. Present the professional proposal and position orally and in writing according to the rules of professional communication.
4. Participate in projects, group problem solving, after gaining practical knowledge and experience, lead, organize, evaluate and control the activity as a leader.
5. Are able to work with other disciplines (engineers, marketers, purchasers, traders).
6. Are able to express their thoughts in an orderly form orally and in writing.

Attitude

1. Collaborate with the lecturer and fellow students in expanding the knowledge,
2. Work both independently and in a team while constantly expanding knowledge
3. Are open to the use of advanced technological tools
4. Expand their knowledge by constantly acquiring knowledge,
5. Strive to develop and complete their own communication skills and abilities
6. Are open to accepting and integrating one's own and others' ideas during the validation of the marketing approach.
7. Are open to template-free solutions.

Independence and responsibility

1. Independently analyse and evaluate the sales activities of the selected company
2. Are open to a unique and effective sales channel design solution
3. Are able to work independently and in a team
4. During the problem solving, analyse and evaluate the available information and with the help of this presents several variants to solve the sales conflict or problem.
5. Develop their problem solving ability
6. Accept and integrate the opinions and ideas of others into their knowledge
7. Create independent ideas and present them to fellow students.

Teaching methodology

Lectures, written and oral communication, use of IT tools and techniques during the lecture and optional tasks to be done independently.

Materials supporting learning

- 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. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

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.

Performance assessment methods

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.

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

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

Percentage of exam elements within the rating

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

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

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 számolható bele. A megszerzett aláírás a TVSZ szerint előírt félévig érvényes.

Issuing grades

Excellent	91-100
Very good	87,5-90
Good	75-87
Satisfactory	62-74,5
Pass	50-61,5
Fail	0-49

Retake and late completion

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.

Coursework required for the completion of the subject

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

Approval and validity of subject requirements

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 undefined undefined undefined undefined undefined undefined undefined undefined undefined undefined

Additional lecturers

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

Approval and validity of subject requirements