



TANTÁRGYI ADATLAP

MENEDZSMENT ÉS MARKETING

BMEGT20MN47

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

MENEDZSMENT ÉS MARKETING

Azonosító

BMEGT20MN47

A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	4
Gyakorlat	0
Laboratórium	0

Tanulmányi

teljesítményértékelés
(minőségértékelés)

típusa

félévközi
éremjegy

Kreditszám

5

Tantárgyfelelős

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

Dr. Szabó Tibor	egyetemi adjunktus	szabo.tibor@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; angol - ENG

A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Vezetés és szervezés MSc (angol nyelven) 2019/20/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

Szak: **Vezetés és szervezés mesterszak 2019/20/1 félévtől (Őszi féléves kezdés)**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **1**

Szak: **Vezetés és szervezés mesterszak 2020/21/2 félévtől (Tavaszi féléves kezdés)**

Tantárgy szerepe: **Kötelező**

Ajánlott félév: **2**

Közvetlen előkövetelmények

Erős Nincs

Gyenge Nincs

Párhuzamos Nincs

Kizáró feltételek Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2019.05.29) az 580.448/2/2019 számon hozott 9. határozatával, amely érvényes 2019. szeptember 09-től.

2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

Célkitűzések

A tantárgy célja, hogy a résztvevők bevezetést kapjanak a menedzsment és a marketing területébe, értsék azok alapfogalmait, tájékozódjanak a két terület szervezeten belüli ötvözésének lehetőségeiről és ezek specifikumairól. Ezáltal cél, hogy a hallgatók jobban megértsék a menedzsment funkciók sajátosságait, a szervezetek jellemzőit és életciklusát, valamint a szervezet egészének kialakítási szabályait, az irányítási funkció sajátosságait. További cél hogy megértsék a marketingszakemberek rendelkezésére álló információk lényegét, útmutatást kapjanak a fogyasztókról és az üzleti piacról rendelkezésre álló adatok feldolgozásához, elemzéséhez. A hallgatók betekintést kapnak a piacszegmentálásba, a pozicionálásba és a piaci versenytársak elemzésébe is, melyeket ötvözve a menedzsment megfelelő eszközeivel képesek lesznek a vállalati marketingstratégia alapvető sajátosságait meghatározni. A témák tárgyalása során utalunk az ezekre épülő alkalmazható menedzsment és marketing módszerekre és azoknak a szervezetben gyakorolt hatására, eredményességére.

Tanulmányi eredmények

Tudás

1. ismeri a gazdálkodás- és szervezéstudomány fogalomkészlet minden fontosabb elemét, érti a közöttük felmerülő összefüggéseket.
2. áttekintéssel rendelkezik a szervezetek funkcionális egységeinek kölcsönhatásairól, a szervezetek működési gyakorlatáról különösen a marketing területén.
3. magabiztos módszertani tudással rendelkezik a menedzsment és a marketing különböző területein, érti és átlátja a tanult módszertanok alkalmazási lehetőségeit és kombinációs lehetőségeit.

Képesség

1. képes a menedzsment fejlődésével kialakult menedzsment funkciókhoz kapcsolódó alapvető elméletek és koncepciók és az ezekhez kapcsolható marketing koncepciók szintetizáló összevetésére, racionális érvek kifejtésére, a menedzsment és a marketing kommunikáció különböző szinterein zajló viták során véleménye megformálására és véleményének megvédésére.
2. képes felismerni a marketing és a menedzsment területén végbemenő folyamatok közötti összefüggéseket, kiválasztani és megtervezni az egységesen alkalmazható módszertanokat.
3. szakmai szóhasználata során magabiztosan használja a menedzsment és a marketing szakkifejezéseket, a szakma szaktudományos alapfogalmait, és a rájuk épülő speciális szakszókészlet elemeit.

Attitűd

1. elfogadja, hogy a szervezeti sajátosságok történetileg és társadalmilag meghatározottak és változóak.
2. elfogadja a magyar és az európai menedzsment és marketing eszköztár történeti és jelenkori sokszínűségét, és vállalja ezen értékeket képviselését.
3. nyitott a szakmai innováció minden formája iránt, befogadó, de nem gondolkodás nélkül elfogadó az elméleti, gyakorlati és módszertani újításokkal szemben mind a marketing mind a menedzsment területén.
4. tudatosan képviseli azon módszereket, amelyekkel saját szakmájában dolgozik, és elfogadja más tudományágak eltérő módszertani sajátosságait.

Önállóság és felelősség

1. Szakmai munkaközösségbe kerülve képes az ottani szakmai elvárásoknak megfelelően összetett feladatok elvégzésére, tervezésére, szervezésére illetve irányítására.
2. A szervezeti struktúrában elfoglalt helyének megfelelő önállósággal és felelősséggel szervezi munkáját.
3. Önálló, konstruktív és asszertív a szervezeten belüli (különösen a marketing és menedzsment) és kívüli együttműködési formákban.

Oktatásmódszertan

Előadások, opcionális önállóan és csoportmunkában készített feladatok, bemutatók.

Tanulástámogató anyagok

- Kötelező irodalom a tantárgyhoz készített jegyzet, a tanuláshoz felhasználható az előadásokon bemutatott slide show. (<http://www.mvt.bme.hu/oktatas>)
- Compulsory literature is the written material designed for the course, and the slideshows. ([Http://www.mvt.bme.hu/oktatas](http://www.mvt.bme.hu/oktatas))

II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Általános szabályok

A tantárgy folyamatos számonkérésű, az ismeretek felmérésére 2 zárthelyi dolgozat (egyenként 50 pontos) szolgál, melyek közel azonos nehézségű és súlyú témaköröket tartalmaznak.

Teljesítményértékelési módszerek

Minden ZH két részből áll. Az első rész az adott témakör fogalmaira, alapismereteire kérdez rá. Ez jellemzően tesztjellegű, esetleg rövid, néhány szavas válaszokat igénylő feladatokból, kérdésekből, számítási feladatból, illetve igaz-hamis állításokból állhat. A ZH-k második része az adott témakör átfogóbb, alaposabb ismeretét igyekszik felmérni. Ez a rész kifejtős, esszé jellegű kérdésekből áll. Egy-egy zárthelyi dolgozat megírására 30-60 perc áll rendelkezésre. A két ZH-hoz nem tartozik külön-külön minimumkövetelmény. A félév teljesítésének feltétele összesen legalább 51 pont megszerzése a ZH-k összesített eredményei alapján. A félév során külön feladatok teljesítésével extra pontok szerezhetők (melyek beszámítása automatikusan történik a minimális 51 pont felett).

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- 1. részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): 50%
- 2. részteljesítmény-értékelés (aktív részvétel): 50%

Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

Érdemjegy-megállapítás

Jeles	90
Jeles	90
Jó	77–89
Közepes	64–76
Elégséges	50–63
Elégtelen	elégtelen (1) ● Fail [F] 50% alatt

Javítás és pótlás

1) ZH-k pótlási/javítási lehetősége: 14. oktatósi hét 2) A szorgalmi időszak utolsó hetében mindkét zárthelyi pótlását/javítását lehetővé tesszük, de – a TVSZ vonatkozó pontjainak értelmében – maximum egy zárthelyi pótolható (előzetes jelentkezés alapján). 3) Javítás esetén a pótZH-(ko)n elért eredmény számít a végeredménybe. (Rontani is lehet!) 4) Javításnak – az eredeti 2 zh alapján – a legalább elégséges osztályzatot elért hallgatók újbóli ZH írása számít. 5) A félévközi jegy megszerzésére a zárthelyiken és azok megadott időpontban való pótlásán kívül más lehetőség nincs.

A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	12x4=48
felkészülés a teljesítményértékelésekre	51x2=102
összesen	150

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2019.-n, érvényes 2019.09.09-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 Menedzsment alapfogalmak, bevezetés
- 2 A Tervezési funkció sajátosságai
- 3 Szervezési alfunkciók
- 4 Szervezeti felépítés, életciklusmodellek
- 5 Irányítási funkció, döntéshozatali képesség I.
- 6 Irányítási funkció, döntéshozatali képesség II.
- 7 Marketing menedzsment bevezetés
- 8 Marketinginformációk elemzése
- 9 Fogyasztói piac és vásárlói magatartás
- 10 Üzleti piac és beszerzői magatartás
- 11 Marketingstratégia, versenytárs elemzés
- 12 Piacszegmentáció, célpiac, pozicionálás, 4 P

További oktatók

- Dr. Bernschütz Mária egyetemi adjunktus, (assistant professor) bernschutz.maria@gtk.bme.hu
Dr. Bognár Ferenc tudományos munkatárs, (research fellow) bognar.ferenc@gtk.bme.hu
Dr. Szalkai Zsuzsanna egyetemi docens, (associate professor) szalkai.zsuzsanna@gtk.bme.hu
Dóra Tímea Beatrice egyetemi tanársegéd, (assistant lecturer) dora.timea@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.