

KESKEDELEM ÉS MARKETING ALAPSZAK

NAPPALI TAGOZAT

2025/2026

TEMATIKA

A tantárgy neve:		magyarul:		bevezetés a közgazdaságtanba		Kódja:	GT_AKMN002-17		
		angolul:		Introduction to Economics			GT_AKMNS002-17		
Felelős oktatási egység:				Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Czeglédi Pál	beosztása:	egyetemi tanár	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
megismerjék a közgazdasági szemléletmód legalapvetőbb sajátosságait, illetve a közgazdasági elemzés fő alkalmazási területeit. A kurzus végére a hallgatóknak tisztában kell lenniük a mikro- és a makroökonómia legfontosabb alapfogalmaival, és képesnek kell lenniük arra, hogy az alapvető elemzési eszközöket egyszerű problémák megoldása során alkalmazzák.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan									
Képesség:									
A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.									
Attitűd:									
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra.									
Autonómia és felelősség:									
Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A félév első fele az alapelvekre és a mikroökonómia alapfogalmakra koncentrál, a második fele pedig a leglényegesebb makroökonómiai mutatókra és összefüggésekre. A közgazdaságtan tárgyának és módszerének, illetve alapelveinek áttekintése után a kereslet és kínálat modellje s annak alkalmazása következik. A makroökonómiai mutatók közül a GDP és az árindexek kapnak hangsúlyt, illetve a gazdasági növekedés stilizált tényeiről, a munkapiaccal és a pénzzel kapcsolatos alapfogalmakról is szó van egy-egy előadásban.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Előadás diák használatával, néhány számolási példa megoldásával.									
Értékelés									
A félév során a hallgatóknak online tesztek és feladatok megoldására van lehetőségük, aminek eredménye maximum 10 százalékkal beszámít az értékelésbe, amennyiben az írásbeli vizsga eredménye nem elégtelen. A vizsga (online) írásbeli. A vizsgán elért eredmény adja a kollokviumi jegyet az alábbiak szerint:									
0 – 50% – elégtelen									
50,01% – 64,00% – elégséges									
64,01% – 76,00% – közepes									
76,01% – 87,00% – jó									
87,01% – 100% – jeles									
Kötelező szakirodalom:									
Mankiw, G. N. (2011): A közgazdaságtan alapjai. Osiris, Budapest. ISBN:978 963 276 208 1									
Ajánlott szakirodalom:									
Heyne, P. – Boettke, P. – Prychitko, D. (2004): A közgazdasági gondolkodás alapjai. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. ISBN:963-19-3445-4									
Heyne, P. – Boettke, P. – Prychitko, D. (2004): A közgazdasági gondolkodás alapjai. Munkafüzet. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. ISBN: 963 19 4106 X									
Levitt, S. D. – Dubner, S. J. (2007): Lökonómia. Egy kóbor közgazdász a dolgok mögé néz. Európa Könyvkiadó, Budapest. ISBN: 978-963-07-8267-8									

Heti bontott tematika		
hét	téma	tananyag
1.	A közgazdaságtan alapvető kérdései és módszere	Mankiw 24-27. o.
	TE*: A közgazdaságtan tudomány és társadalomtudomány voltának megértése	
2.	A közgazdaságtan tíz alapelve I	Mankiw 3-23. o.
	TE: A racionális viselkedés alapfogalmainak ismerete	
3.	A közgazdaságtan tíz alapelve II	Mankiw 3-23. o.
	TE: A piac együttműködésként való értelmezése, a láthatatlan kéz metafora megértése	
4.	A termelési lehetőségek határa, alternatív költségek	Mankiw 29-32. o.
	TE: Az alternatív költség grafikus értelmezése	
5.	Hogyan működnek a piacok? I	Mankiw 75-101. o.
	TE: A keresleti és a kínálati görbe koncepciójának megértése	
6.	Hogyan működnek a piacok? II	Mankiw 75-101. o.
	TE: Az egyensúlyi ár és mennyiség értelmezése, komparatív statika	
7.	Kínálat, kereslet és kormányzati intézkedések	Mankiw 126-135. o.
	TE: Az árszabályozás hatásainak értelmezése	
8.	A nemzeti jövedelem mérése I	Mankiw 349-372. o.
	TE: A nominális GDP koncepciójának megértése	
9.	A nemzeti jövedelem mérése II	Mankiw 349-372. o.
	TE: A reál GDP kiszámolása	
10.	A megélhetési költségek mérése I	Mankiw 373-391. o.
	TE: Az infláció és az árszínvonal jelentése, GDP-deflátor és a fogyasztói árindex megismerése	
11.	A megélhetési költségek mérése II	Mankiw 373-391. o.
	TE: Az infláció és az árszínvonal jelentése, GDP-deflátor és a fogyasztói árindex megismerése	
12.	Termelés és gazdasági növekedés	Mankiw 395-422. o.
	TE: A gazdasági növekedés (az országok közötti jövedelemkülönbségek) stilizált tényeinek ismerete	
13.	A pénz jelentősége és funkciói	Mankiw 493-504. o.
	TE: A pénz definíciója a pénzhasználat jelentőségének megértése	
14.	Munkanélküliség	Mankiw 465-492. o.
	TE: A munkapiaccal kapcsolatos alapfogalmak elsajátítása	

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Gazdasági matematika I.		Kódja:	GT_AKMN001-17	
		angolul:		Calculus for Economics I.			GT_AKMNS001-17	
Felelős oktatási egység:				DE GTK, Módszertani és Üzleti Digitalizáció Intézet				
Kötelező előtanulmány neve:							Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X		2		2	Gyakorlati jegy	5	Magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Szőke Szilvia		beosztása:
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
A felsőbb matematika alapjainak megismertetése, biztos alap nyújtása a különböző gazdasági és statisztikai tárgyak elsajátításához. Az órákon elhangzott tananyag elsajátítása olyan szinten, hogy gyakorlati problémák kezelése lehetővé váljon.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
A kurzus folyamán megtanulják az alapvető összefüggéseket, amik szükségesek a közgazdasági ismeretek elsajátításához és a statisztikai elemzési módszerekhez.								
Képesség:								
A tanult elmélet és módszerek gyakorlati alkalmazásával képesek lesznek a hallgatók rendszerezni, elemezni, önállóan következtetéseket levonni.								
Attitűd:								
Az újszerű megoldások értékelésével fejlesztjük az önálló és egyéni problémamegoldást. A gyakorlati példák, az alkalmazási területek megmutatása a szakmai ismeretekre és módszerekre való nyitottságot hivatott növelni.								
Autonómia és felelősség:								
Erős módszertani alapozással, gyakorlatias problémamegoldás gyakorlásával biztos alapot adunk a későbbi módszertani tanulmányokhoz, hogy felelősséget tudjon vállalni a hallgató az önálló elemző munkák készítésével kapcsolatban.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
Matematikai analízis: függvények, határértékszámítás, differenciálszámítás és integrálszámítás.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
Elsősorban tanári magyarázat, illetve lehetőség szerint minél több önálló feladatmegoldás jellemzi az órákat.								
Értékelés								
A félévet gyakorlati jeggyel zárjuk. Értékelni a féléves folyamatos munkát kívánjuk. A félév során a zárthelyi dolgozatok pontszámának és a beadandók összege alapján szerezhető meg a gyakorlati jegy. A gyakorlatokról legfeljebb háromszor lehet hiányozni, ez az aláírás feltétele. Elégséges jegy megszerzéséhez az elérhető összpontszám legalább 50%-a kell.								
Amennyiben a járványügyi rendelkezések csak az online számonkérést tesznek lehetővé, a vizsgán legalább 60%-ot kell az elégségeshez teljesíteni. Meg nem engedett segédeszköz használata következményeképpen a Tanulmányi és vizsgaszabályzatban megfogalmazottakon túl, a továbbiakban csak szóban vizsgázhat a hallgató.								
Kötelező szakirodalom:								
Sydseater – Hammond: Matematika közgazdászoknak (Aula kiadó) ISBN: 963 9478 56 3								
A kari honlapon hétről hétre elhelyezett előadásjegyzet, kézirat								
Ajánlott szakirodalom:								
Denkinder – Gyurkó: Analízis gyakorlatok Tankönyvkiadó. ISBN: 963 17 9667 1								
Drimba – Farkas – Katona – Kovács – Szőke: Gazdasági matematika és alkalmazott matematikai példatár I. (Egyetemi jegyzet)								

Farkas: Differenciálszámítás (Gyakorlati jegyzet)

Obádovics: Felsőbb matematikai feladatgyűjtemény. Scolar Kiadó, ISBN 963 9193 72 0

Kézi Csaba Gábor: Differenciál- és integrálszámítás gazdasági alkalmazással 2018. Debreceni Egyetem, Műszaki Kar. ISBN 978-963-490-005-4

Heti bontott tematika

2.	Halmaz fogalma, műveletek halmazokkal. Nevezetes számhalmazok. Reláció, függvény fogalma. Halmazok számossága. TE* Középiskolai ismeretek összefoglalása, ismételése. Új fogalmak elmélyítése: reláció, halmazok számossága.
4.	Inverz és összetett függvény fogalma. Az egyváltozós valós függvények jellemzői (korlátosság, monotonitás, szélsőérték, konvexitás, inflexiós pont, párosság, periodicitás). TE Középiskolai ismeretek összefoglalása, ismételése. A függvényekkel kapcsolatos gyakorlati alkalmazások megismerése, feladatmegoldás.
6.	Egyváltozós valós függvények osztályozása. Algebrai, transzcendens és egyéb nevezetes függvények fogalma, grafikonja, jellemzői. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása, ismételése. A függvényekkel kapcsolatos speciális alkalmazások, függvénytranszformációk értelmezése, feladatmegoldás.
8.	Végteles valós számsorozat definíciója. Korlátosság, monotonitás, szélsőérték, határérték. Határérték számítási tételek. Nevezetes határértékek. Végteles sorok, konvergenciájuk. TE A határérték fogalmának bevezetése, elmélyítése, feladatmegoldás.
10.	Egyváltozós függvények határértéke és határértékszámítási tételei. Egyváltozós függvények folytonosságának fogalma. TE A határérték fogalmának kiterjesztése függvényekre, feladatmegoldás.
12.	Egyváltozós valós függvény differencia- és differenciálhányadosa. Elemi függvények differenciálhányados függvényei. A differenciálhatóság és a folytonosság kapcsolata. A deriválás általános szabályai. Magasabbrendű deriváltak fogalma. TE A differenciálhányados fogalmának megtanulása, a deriválási szabályok gyakorlása, feladatmegoldás.
14.	A differenciálszámítás alkalmazásai: monotonitás, szélsőérték, inflexiós pont, konvexitás meghatározása. TE A differenciálszámítás alkalmazása a gyakorlatban, feladatmegoldás.
16.	Teljes függvényvizsgálat lépései. L'Hospital-szabály. TE A tanult tételek gyakorlása, feladatmegoldás.
18.	Közelítés polinomokkal, Taylor-formula. Elaszticitás fogalma, meghatározása, alkalmazása. Szöveges szélsőérték feladatok megoldása. TE A speciális matematikai és gazdasági alkalmazások megismerése, feladatmegoldás.
20.	Matematikai szoftverek, internetes matematikai oldalak (pl. www.wolframalpha.com). TE További alkalmazási lehetőségek, összefoglalás bemutatása, gyakorlás, feladatmegoldás.
22.	Egyváltozós valós függvények határozatlan integrálja. Integrálási szabályok. Helyettesítéssel és parciális integrálás. TE Az integrál fogalmának elsajátítása, az integrálási szabályok gyakorlása, feladatmegoldás.
24.	Egyváltozós valós függvények határozott integrálja. A Newton-Leibniz-formula TE Területszámítási problémák gyakorlása, a határozott integrál alkalmazása a valószínűség-számításban. Térfogatszámítási alkalmazások megismerése, feladatmegoldás.
26.	Az integrálfogalom kiterjesztése: improprius integrál, kettős integrál TE Az improprius integrál számítása, alkalmazása a valószínűség-számításban, feladatmegoldás.

*TE tanulási eredmények

Tantárgy neve:		magyarul:		Marketing alapjai				Kódja:	GT_AKMN009-17		
		angolul:		Basics of Marketing					GT_AKMNS009-17 GT_AKMNK009-17 GT_AKMNN009-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	2	Heti	1	K		4	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Szakály Zoltán		beosztása:	egyetemi tanár		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja,											
megismertetni a hallgatókat a marketing alapvető összefüggéseivel, különös tekintettel a szegmentációra, a célpiacok kiválasztására és a pozicionálásra. Kiemelt figyelmet szentelünk a marketing eszközrendszerének elemzésére, így részletesen tárgyaljuk a termék-, az ár-, az elosztási csatorna- és a marketingkommunikációs stratégiákat és eszközöket.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.											
Képesség:											
Képes a marketing és értékesítés rövid- és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, és az azokhoz való alkalmazkodásra.											
Attitűd:											
Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, és a munkatársaival való együttműködésre.											
Autonómia és felelősség:											
Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A marketing alapfogalmai, A vállalati piacorientáció típusai, Vevőérték, vevőelégedettség, A modern marketing folyamata, A marketing-információ rendszer (MIR) és a marketingkutató, A fogyasztói magatartás elemzése, A stratégiai marketing alapjai: szegmentáció, A stratégiai marketing alapjai: célcsoport kiválasztás és pozicionálás, Termék-életciklusok menedzselése, a piacfejlődés elmélete, A termékstratégia alapjai, Az árstratégia alapjai, Az elosztási stratégia alapjai, A marketingkommunikációs stratégia alapjai, Az online marketing alapjai											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
Előadások és a gyakorlatok tananyagának megismerése. Az aláírás feltételeként egy szóbeli prezentáció megtartása. A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű. Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges.											
Értékelés											
Írásbeli vizsga											
Kötelező szakirodalom:											
Az előadások anyaga és az elektronikus jegyzet.											
Keller, K. L., Kotler, P.: Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, 2008, 1-986.											

Ajánlott szakirodalom:

Bauer A., Berács J.: Marketing. Aula Kiadó, 2006, 1-658.

Heti bontott tematika	
1.	A marketing alapfogalmai TE*Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
3.	A vállalati piacorientáció típusai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Vevőérték, vevőelégedettség TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
7.	A modern marketing folyamata TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9.	A marketing-információ rendszer (MIR) és a marketingkutatás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
11.	A fogyasztói magatartás elemzése TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
13.	A stratégiai marketing alapjai: szegmentáció TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
15.	A stratégiai marketing alapjai: célcsoport kiválasztás és pozicionálás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
17.	Termék-életciklusok menedzselése, a piacfejlődés elmélete TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
19.	A termékstratégia alapjai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
21.	Az árstratégia alapjai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
23.	Az elosztási stratégia alapjai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
25.	A marketingkommunikációs stratégia alapjai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
	Az online marketing alapjai
	TE Szóbeli prezentáció

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Számvitel		Kódja:	GT_AKMN005-17		
		angolul:		Accounting			GT_AKMNS005-17		
Felelős oktatási egység:				Számviteli és Pénzügyi Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-			Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	x	Heti	2	Heti	2	Kollokvium	5	magyar	
Levelező		Féléves	30	Féléves	30				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Rózsa Attila		beosztása	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
megismerjék a vállalkozások számvitelének elméleti és gyakorlati alapjait.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Megfelelő ismeretek megszerzése a számviteli folyamatokra vonatkozóan.									
Képesség:									
A hallgató képessé válik a számviteli munkába való bekapcsolódásra.									
Attitűd:									
A kurzus sikeres teljesítéséhez a hallgatónak fogékonnyá kell válnia a számviteli ismeretek iránt. A kurzus erősíti a hallgatók nyitottságát a számvitelt érintő jelenségek, problémák iránt, fokozza elkötelezettségüket.									
Autonómia és felelősség:									
A rendszerben gondolkodás képességének fejlesztése révén a hallgató alkalmas az önálló munkavégzésre, átlátja a számviteli munkához tartozó felelősségi köröket. Képes felelősséget vállalni munkájával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi és etikai normák és szabályok betartásáért, tevékenysége következményeiért, javaslataiért, döntéseiért.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A tárgy megismerteti a hallgatókat a számvitel fogalmával, annak rendszerével, a számviteli munka szakaszaival, az egyes gazdasági események vagyona gyakorolt hatásával. Bemutatja a könyvviteli számlák, valamint az eredménykimutatás és a mérleg között fennálló kapcsolatot.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
A szükséges elméleti ismeretek elsajátítása után a gyakorlati órákon feladatok megoldása.									
Értékelés									
A félévközi munka kollokviummal zárul.									
Vizsgát csak az a hallgató tehet, aki aláírást szerez a félév végén, melynek feltétele:									
•A szemináriumokon való aktív részvétel (3 alkalomnál több hiányzás esetén – függetlenül attól, hogy igazolt vagy igazolatlan a távollét – a TVSZ 11. § (2) alapján aláírás nem adható).									
Az érdemjegy (100%) megszerzésének követelményei:									
•A félév során a gyakorlat anyagából 2 zárthelyi dolgozat sikeres (legalább 50-50%-os) megírása. Pótlás két alkalommal, vizsgaidőszakban első három hetében lehetséges.									
•A vizsgaidőszakban az elméleti ismeretek számonkérése szóban vagy Moodle teszt formájában történik. A minimális követelmény, a gyakorlati anyaghoz hasonlóan, az 50%-os szint elérése.									
•A végső érdemjegyben az évközi zárthelyi dolgozatok 70%-os arányt képviselnek, míg az elméleti írásbeli kollokvium 30%-ot. Az írásbeli dolgozatok 70%-hoz való hozzájárulási aránya 20 (első zh) illetve 80% (második zh).									
Megajánlott jegy megszerzésének követelményei:									
•A félévközi két zárthelyi dolgozat eredményei, külön-külön első alkalommal elérik a 80%-ot megajánlott jegy adható.									
A vizsga eredményei a következők szerint alakulnak:									
0-49% elégtelen									
50-69% elégséges									

70-79% közepes
80-89% jó
90-100% jeles

Kötelező szakirodalom:

- Kozma András (2001): Vázlatok a számvitel tanulásához I. kötet, Keletlombard Kft., Debrecen,
- Kozma András (2001): Számviteli gyakorlatok I., Keletlombard Kft., Debrecen,
- Az előadásokon és szemináriumokon kiadott, illetve a kari honlapról letölthető anyagok.

Ajánlott szakirodalom:

- Dr. Sztanó Imre (2019): A számvitel alapjai, Perfekt, Budapest,
- dr. Siklósi Ágnes, dr. Simon Szilvia, dr. Veress Attila (2018): Számvitel alapjai példatár, Perfekt, Budapest,
- dr. Siklósi Ágnes, dr. Veress Attila (2020): Gazdasági események kontírozása A-tól Z-ig, Perfekt, Budapest.

Heti bontott tematika

1.	A félévi tantárgyi követelmények és feladatok ismertetése. TE* A hallgató megismeri a tantárgyi követelményeket, a félév közben elvégzendő feladatokat.
3.	A számvitel fogalma. TE A hallgató megismeri a számvitel fogalmát.
5.	A vállalkozó vagyona, a vagyon kimutatása. TE A hallgató megismeri a vállalkozói vagyon nyilvántartására szolgáló vagyonomérleg eszköz és forrás oldalának felépítését, megérti a felépítés logikáját.
7.	A gazdasági műveletek és hatásuk a vagyonra. TE A hallgató megismeri a gazdasági műveleteket, azok csoportosítási lehetőségeit, képes megállapítani az egyes gazdasági események hatását a vagyonra.
9.	Első zárthelyi dolgozat megírása. TE A hallgató képes a gyakorlatok során szerzett ismereteinek szintetizálására, megfelelő órai aktivitás és otthoni felkészülés mellett sikeres zárthelyi dolgozat megírására.
11.	Könyvviteli alapfogalmak. TE A hallgató megismeri a könyvviteli alapfogalmakat.
13.	A számviteli munka szakaszai (bizonylatok) TE A hallgató megismeri a számviteli munka szakaszait.
15.	A számviteli munka szakaszai (nyilvántartások, analitikus és szintetikus elszámolások) TE A hallgató átlátja a számviteli munka folyamatait, képes a rendszerben való gondolkodásra.
17.	Számonkérések hete
18.	Összefoglaló példa a könyvviteli számlák, valamint az eredménykimutatás és a mérleg közötti kapcsolatok bemutatására. TE A hallgató egységes rendszerben látja a könyvviteli számlák, valamint az eredménykimutatás és a mérleg közötti kapcsolatokat.
20.	Beszámolási és könyvvezetési kötelezettség. A számviteli szolgáltatás. TE A hallgató megismeri a gazdálkodók beszámolási és könyvvezetési kötelezettségét, valamint a számviteli szolgáltatásokat.
22.	A vállalkozások számvitelének szabályozása. A számviteli rendszer. A számviteli törvény. A számviteli alapelvek, a számviteli politika. Beszámoló készítésről általában. TE A hallgató részletesen megismeri a számviteli rendszert és annak szabályozását, annak jogi kereteit. Belátja a számviteli alapelveknek való megfelelés szükségességét, képessé válik számviteli politika összeállítására.
24.	Az ÁFA és az értéksökkenés elszámolás lényege. TE A kurzus 14. hetére a hallgató komplex számviteli ismeretekkel rendelkezik, a megszerzett tudás átadására képesé válik.
	Második zárthelyi dolgozat megírása. TE A hallgató képes a gyakorlatok során szerzett ismereteinek szintetizálására, megfelelő órai aktivitás és otthoni felkészülés mellett sikeres zárthelyi dolgozat megírására.

A tantárgy neve:		magyarul:		Proszeminárium				Kódja:	GT_AKMN055-17 GT_AKMNS055-17		
		angolul:		Proseminar							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Vezetés-és Szervezéstudományi Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				nincs				Kódja:	–		
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	igen	Heti	0	Heti	2	gyakorlati jegy		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Kun András István		beosztása:	docens		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
elsajátítsák választott szakjukhoz kapcsolódóan az egyetemi tanulás, a csoportban végzett (kutató)munka, valamint a szó- és írásbeli akadémiai kommunikáció alapjait. A félév során a résztvevők megismerkednek az ezekhez kapcsolódó, illetve szükséges információgyűjtési és feldolgozási csatornákkal és módokkal.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével. Birtokában van az alapvető információ-gyűjtési, matematikai és statisztikai elemzési módszereknek.											
Képesség:											
A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít. Gazdasági mutatók kiszámítására és azokból következtetések levonására képes. Képes önálló szakirodalmi feldolgozásra.											
Attitűd:											
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre. Folyamatosan törekszik az önképzésre, tudása, ismeretei aktualizálására.											
Autonómia és felelősség:											
Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Alkalmas önálló munkavégzésre (módszertan, technika kiválasztása; a munka szervezése, tervezése, irányítása; az adatok gyűjtése, rendszerezése, elemzése, értékelése; általános és szakmai fejlődése). Felelősséget vállal a munkájával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi és etikai normák és szabályok betartásáért, tevékenysége következményeiért, javaslataiért, döntéseiért. Munkáját a minőségi munkavégzés jellemzi.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
Bevezetés. Az egyetemi (felsőoktatás, egyetem, Debreceni Egyetem, GTK), hallgató lét alapjai (jogok, kötelezettségek, lehetőségek, elvárások). Egyetemi protokoll. Nonverbális kommunikáció. Tanulás az egyetemen (órák, jegyzetelés, felkészülés, segédletek, vizsgák). Az egyetemi E-learning rendszer használata és egyéb online kollaborációs formák az egyetemi tanulásban, kutatásban, kapcsolattartásban. A kritikus gondolkodás. Érveléstechnika. Kérdések megfogalmazása, meg-oldási módok keresése. A objektivitás és tárgyilagosság követelménye. Hogyan támasszuk alá feltételezéseinket, kijelentéseinket, következtetéseinket? „Elevator pitch”: a rövid, hatékony meggyőzés. Az akadémiai írásbeliség. Kommunikációs zavarok. Irodalmazás: tudományos és egyéb források: hitelesség, szintetizálás, Tudományos és szakmai források keresése, nem csak a könyvtárban. Hivatkozások és a szakirodalom-használat. A szakirodalom-elemzés meg-írása. Etikai kérdések. A tudományos dolgozat kiegészítő elemei: ábrák, táblázatok, lábjegyzetek, függelékek, jegyzékek stb. A tudományos prezentáció alapjai, gyakorlata.											

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

A gyakorlati órák keretében történik az ismeretanyag átadása és órai feladatmegoldások, házi feladatok segítségével a gyakorlati jártasság kialakítása. Az ellenőrzés részben a az órai és házi feladatok (esetlegesen többletpontok szerzésének lehetőségével), részben pedig a zárthelyi dolgozat során történik.

Értékelés

Írásbeli zárthelyi dolgozat (feleletválasztós és gyakorlati problémamegoldó feladatokkal) 100%.

A jegyek ponthatárai: 50%-ig elégtelen, 51-62%-ig elégséges, 63-74%-ig közepes, 75-88%-ig jó, 89% felett jeles.

Kötelező szakirodalom:

Gyurgyák János (2019): A tudományos írás: Útmutató szemináriumi értekezést, szakdolgozatot és disszertációt íróknak. Osiris Kiadó, Budapest.

Kovács Kármén (2013): Kutatási és publikálási kézikönyv nem csak közgazdászoknak. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Szabó Katalin (2009): Kommunikáció felsőfokon. Kossuth Kiadó, Budapest.

Ajánlott szakirodalom:

Babbie, E. R. (2003): A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. Balassi, Budapest.

Bär, Siegfried (2003): Professzorok és alattvalók. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Bär, Siegfried (2005): A céh. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Bácsné Bába, Éva – Dajnoki Krisztina (2015): Üzleti kommunikációs alapismeretek. Debreceni egyetem, Debrecen.

Dudenhefer, Paul (2009): A Guide to Writing in Economics. EcoTeach Center and Department of Economics, Duke University, http://writing.ku.edu/sites/writing.drupal.ku.edu/files/docs/Guide_Writing_Economics.pdf, letöltés dátuma: 2020.07.10.

Hofmann, Angelika (2010): Scientific Writing and Communication: Papers, Proposals, and Presentations. Oxford University Press, New York, NY.

Huang, Li-Shih (2010): Academic Communication Skills. Conversation Strategies for International Graduate Students, University Press of America, New York, NY.

Majoros Pál (2011): Tanácsok, tippek, trükkök nem csak szakdolgozatíróknak avagy a kutatómódszertan alapjai. Perfekt Kiadó, Budapest.

Mérő László (2003): Új észjárások: a racionális gondolkodás ereje és korlátai. Tercium, Budapest.

Shoja, M. Mohammadali – Arynchyna, Anastasia – Loukas, Marios – D'Antoni, V. Anthony – Buerger, M. Sandra – Karl, Marion – Tubbs, R. Shane (2020): A Guide To The Scientific Career: Virtues, Communication, Research And Academic Writing. Blackwell/John Wiley & Sons, New York, NY.

De Silva, U. K. Pali– Vance, K. Candace (2017): Scientific Scholarly Communication: The Changing Landscape. Springer, London.

Sajtos László – Mitev Ariel (2012): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest.

Saunders, Mark. – Lewis, Philip – Thornhill, Adrian (2016): Research Methods for Business Students. 7th edition. Pearson, Harlow.

Yuehong H. Zhang (2016): Against Plagiarism: A Guide for Editors and Authors. Springer, London.

Heti bontott tematika

1.	Gyakorlat: Bevezetés. Az egyetemi, hallgatói lét alapjai (felsőoktatás, egyetem).
	TE: A hallgató egyetemi orientációja, a hallgatói lét kereteinek megismerése.
3.	Gyakorlat: Egyetemi protokoll. Nonverbális kommunikáció.
	TE: Szituációnak megfelelő viselkedés, megjelenés, szabályok elsajátítása, interiorizálása.
5.	Gyakorlat: Tanulás az egyetemen (órák, jegyzetelés, felkészülés, segédletek, vizsgák). Az egyetemi E-learning rendszer használata és egyéb online kollaborációs formák az egyetemi tanulásban, kutatásban, kapcsolattartásban.
	TE: Az egyetemi oktatási formák, tanulást segítő lehetőségek ismerete, használata. Felkészülés az online oktatási formákra: információszerzés és teljesítés.
7.	Gyakorlat: A kritikus gondolkodás. Érveléstechnika. Kérdések megfogalmazása, megoldási módok keresése. A objektivitás és tárgyilagosság

	követelménye. Hogyan támasszuk alá feltételezéseinket, kijelentéseinket, következtetéseinket?
	TE: Mi fogadható el értékesnek, tudományosnak, Hogyan támasztható alá a mondanivalónk? Kutatási, szakdolgozat írási készségek fejlesztése
9.	Gyakorlat: „Elevator pitch”: a rövid, hatékony meggyőzés
	TE: Hatékony érvelés, meggyőzés.
11.	Gyakorlat: Az akadémiai írásbeliség. Kommunikációs zavarok.
	TE: Az akadémiai írásbeli készségek fejlesztése.
13.	Gyakorlat: Irodalmazás: tudományos és egyéb források: hitelesség, szintetizálás,. Tudományos és szakmai források keresése, nem csak a könyvtárban.
	TE: Irodalom-kutatási és kutatási, szakdolgozat-írási készségek fejlesztése.
15.	Gyakorlat: Hivatkozások és a szakirodalom-használat. A szakirodalom-elemzés megírása. Etikai kérdések.
	TE: Irodalom-kutatási és kutatási, szakdolgozat-írási készségek fejlesztése
17.	Gyakorlat: A tudományos dolgozat kiegészítő elemei: ábrák, táblázatok, lábjegyzetek, függelékek, jegyzékek stb.
	TE: Dolgozatírási készségek fejlesztése
19.	Gyakorlat: A tudományos prezentáció alapjai.
	TE: prezentációs készségek fejlesztése
21.	Gyakorlat: Gyakorlati prezentációs ismeretek.
	TE: Hatékony szóbeli kommunikáció (fókuszban a szakdolgozat-prezentáció)
23.	Gyakorlat: Gyakorlati prezentációs ismeretek II.
	TE: Hatékony szóbeli kommunikáció (fókuszban a szakdolgozat-prezentáció)
25.	Gyakorlat: a féléves anyag értékelése, tudásmérés (zárthelyi dolgozat)
	TE: a hallgató felkészültségének értékelése
	Gyakorlat: a féléves anyag értékelése, tudásmérés (pótló és javító zárthelyi dolgozat)
	TE: a hallgató felkészültségének értékelése

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Gazdasági matematika II.		Kódja:	GT_AKMN014-17		
		angolul:		Calculus for Economics II.			GT_AKMNS014-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK, Módszertani és Üzleti Digitalizáció Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				Gazdasági matematika I.			Kódja:	GT_AKMN001	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	Kollokvium	5	Magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Szőke Szilvia		beosztása:	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
A felsőbb matematika alapjainak megismertetése, biztos alap nyújtása a különböző gazdasági és statisztikai tárgyak elsajátításához. Az órákon elhangzott tananyag elsajátítása olyan szinten, hogy gyakorlati problémák kezelése lehetővé váljon.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
A kurzus folyamán megtanulják az alapvető összefüggéseket, amik szükségesek a közgazdasági ismeretek elsajátításához és a statisztikai elemzési módszerekhez.									
Képesség:									
A tanult elmélet és módszerek gyakorlati alkalmazásával képesek lesznek a hallgatók rendszerezni, elemezni, önállóan következtetéseket levonni.									
Attitűd:									
Az újszerű megoldások értékelésével fejlesztjük az önálló és egyéni problémamegoldást. A gyakorlati példák, az alkalmazási területek megmutatása a szakmai ismeretekre és módszerekre való nyitottságot hivatott növelni.									
Autonómia és felelősség:									
Erős módszertani alapozással, gyakorlatias problémamegoldás gyakorlásával biztos alapot adunk a későbbi módszertani tanulmányokhoz, hogy felelősséget tudjon vállalni a hallgató az önálló elemző munkák készítésével kapcsolatban.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
Többváltozós függvények vizsgálata, a mátrixok, determinánsok, lineáris terek és a valószínűségszámítás.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Elsősorban tanári magyarázat, illetve lehetőség szerint minél több önálló feladatmegoldás jellemzi az órákat.									
Értékelés									
A gyakorlatokról legfeljebb háromszor lehet hiányozni, ez az aláírás feltétele. Pótlásra nincs mód. A félév kollokviummal zárul, formája: írásbeli. Az elégséges jegyhez az elérhető pontszám legalább 50%-a kell. A félév során írt zárthelyi dolgozatok és a beadandók pontszámának összege alapján megajánlott jegy szereshető.									
Amennyiben a járványügyi rendelkezések csak az online vizsgát teszik lehetővé, a vizsgán legalább 60%-ot kell az elégségeshez teljesíteni. Meg nem engedett segédeszköz használata következményeképpen a Tanulmányi és vizsgaszabályzatban megfogalmazottakon túl, a továbbiakban csak szóban vizsgázhat a hallgató.									
Kötelező szakirodalom:									
Sydseater – Hammond: Matematika közgazdászoknak (Aula kiadó) ISBN: 963 9478 56 3									
A kari honlapon hétről hétre elhelyezett előadásjegyzet, kézirat									
Ajánlott szakirodalom:									
Kézi Csaba Gábor: Többváltozós függvények és mátrixok alkalmazásai a közgazdaságtanban 2018. Debreceni Egyetem, Műszaki Kar ISBN 978-963-490-061-0									
Denkinder – Gyurkó: Analízis gyakorlatok Tankönyvkiadó. ISBN: 963 17 9667 1									

Denkinder: Valószínűségszámítás

Denkinder: Valószínűségszámítás gyakorlatok

Obádovics: Felsőbb matematikai feladatgyűjtemény. Scholar Kiadó, ISBN 963 9193 72 0

Obádovics: Valószínűségszámítás és matematikai statisztika

Scharnitzky: Mátrixszámítás (Bolyai könyvek)

Solt György: Valószínűségszámítás (Bolyai-könyvek sorozat) Műszaki Könyvkiadó, Budapest

Heti bontott tematika

1.	Mátrix fogalma, speciális mátrixok. Műveletek mátrixokkal. TE* Az új fogalmak, műveletek megismerése, ezekkel kapcsolatos feladatmegoldás.
3.	Determináns fogalma, tulajdonságai, alkalmazása, mátrix invertálása. TE Számítási feladatok megoldása a mátrixok, determinánsok témaköréből.
5.	Lineáris függőség, rang, kompatibilitás meghatározása. TE A lineáris algebra alapfogalmainak elmélyítése, feladatmegoldás.
7.	Lineáris egyenletrendszerek megoldása. TE Egyenletrendszer megoldása Gauss eliminációval, Cramer-szabállyal, inverz-mátrix módszerrel.
9.	Többváltozós függvény fogalma. Lokális, globális szélsőérték fogalma. Parciális deriválás, feltétel nélküli szélsőérték meghatározása. TE A differenciálszámítás kiterjesztése n változós függvényekre. Szélsőérték-feladatok megoldása.
11.	Szöveges szélsőérték feladatok. TE Többváltozós függvények alkalmazása a gyakorlati problémák megoldására
13.	Kombinatorika. Eseményalgebra. Klasszikus valószínűségszámítás. TE A középiskolai ismeretek felelevenítése, gyakorlása, feladatmegoldás.
15.	Geometriai valószínűség. Mintavételezés. Feltételes valószínűség. TE Az új tételek megismerése, gyakorlása. Feladatmegoldás.
17.	A valószínűség meghatározás események együttes bekövetkezése esetén. Teljes valószínűség tétele, Bayes tétel. TE Az új tételek megismerése, gyakorlása. Feladatmegoldás.
19.	Valószínűségi változók és jellemzőik. Várható érték, szórás, valószínűség eloszlás, sűrűség függvény, eloszlás függvény. TE A valószínűségi változók fogalmának elsajátítása, a valószínűségi változók csoportosítása, jellemzése. Feladatmegoldás.
21.	Nevezetes diszkrét valószínűségi változók. TE A binomiális eloszlás, a Poisson-eloszlás és a hipergeometrikus eloszlás megismerése, alkalmazása feladatmegoldás során.
23.	Nevezetes folytonos valószínűségi változók. TE Az egyenletes eloszlás, az exponenciális eloszlás és a normális eloszlás megismerése, alkalmazása feladatmegoldás során.
25.	Valószínűségi változók közötti kapcsolatok, korreláció, regresszió. Matematikai szoftverek, internetes matematikai oldalak (pl. www.wolframalpha.com). TE A valószínűségszámítás témakörében szerzett új ismeretek alkalmazása a statisztikai kérdések megválaszolására – példák bemutatása, feladatmegoldás.

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Üzleti informatika		Kódja:	GT_AKMN015-17		
		angolul:		Business informatics			GT_AKMNS015-17		
Felelős oktatási egység:				Módszertani- és Üzleti Digitalizáció Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-			Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	1	Heti	2	gyakorlati jegy	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Várallyai László		beosztása: egyetemi docens	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
A hallgatóknak előképzettségüktől függetlenül készség szinten el kell sajátítani azokat az informatikai ismereteket, amelyek a további tanulmányaikban felhasználhatók, illetve egy felsőfokú végzettséggel rendelkező szakember gyakorlati munkájában szükségesek lehetnek. Azaz interneten fellelhető ismereteket össze tudják gyűjteni, és ezek felhasználásával valamint az Office programcsomag használatával képesek legyenek komplex feladataik megoldására is. A képzés alapján alkalmazás orientált, számos gyakorlati feladat megoldásával. További cél, hogy a hallgatók gyakorlati ismereteket, gyakorlati készségeket sajátítsanak el egy kis- és középvállalkozás számára ajánlott ERP rendszer használatában, bevezetésében. A gyakorlatok során egy mintavállalat jellemző folyamatit modellezzük a kiválasztott ERP rendszerben (beállítások, beszerzés, értékesítés, raktározás, ügyfélmenedzsment).									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat-, illetve problémamegoldási módszereknek.									
Képesség:									
Egyszerűbb szakmai beszámolókat, értékeléseket, prezentációkat készít, illetve előad.									
Attitűd:									
Fogékony az új információk befogadására, szakmai ismeretekre és módszertanokra.									
Autonómia és felelősség:									
Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
Táblázatkezelő rendszerek elemei (függvények, diagramok, sorbarendeázések és kimutatások stb.). Adatbáziskezelő rendszerek elemei (adatbázisok, táblák, lekérdezések, űrlapok és jelentések készítése, kezelése). Internet szolgáltatások (Web, FTP, e-mail, stb.). Egy kiválasztott ERP rendszer: törzs adatmodellje (cikktörzs, partnertörzs, eseménytípusok, dokumentumtípusok, feladattípusok, bizonylattípusok).									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
A hallgatók az előadásokon elsajátíthatják azokat az elméleti alapokat, amelyek a gyakorlaton bemutatásra kerülő feladatok megoldásaihoz szükségesek. Az előadásokon prezentáció formájában kapják a hallgatók az ismereteket, a gyakorlatokon pedig a táblázatkezelő és adatbáziskezelő rendszerek elemeivel illetve használatával ismerkednek meg,									
Értékelés									
A hallgatók táblázatkezelésből és adatbáziskezelésből írnak egy-egy gyakorlati beszámolót, ami 70 és 30%-ot tesz ki a félévi eredményből. Ez alapján kerülnek összesítésre a pontszámok illetve a százalékos értékek az alábbi táblázat alapján.									
0 - 60 % elégtelen,									
61 - 70 % elégséges,									
71 - 80 % közepes,									
81 - 90 % jó,									

Kötelező szakirodalom:

Füzesi, István, Kovács, Tamás, Lengyel, Péter, Péntek, Ádám, Szilágyi, Róbert, Takács, Viktor, Várallyai, László, (2024) Business Informatics jegyzet, Debreceni Egyetem, ISBN (PDF) 978-963-615-181-2, <https://dea.lib.unideb.hu/items/1e214b35-5998-4948-8378-8f2f447ee15d>.

Ajánlott szakirodalom:

Dobay Péter (1997): Vállalati információ-menedzsment. Nemzeti Tankönyvkiadó. Heteyi József (2004): ERP rendszerek Magyarországon a 21. században. ComputerBooks, Budapest. Heteyi József (2009): ERP rendszerek Magyarországon a 21. században. ComputerBooks, Thomas F. Wallance: ERP-vállalatirányítási rendszerek

Heti bontott tematika

1.	Informatikai alapok Irodai alkalmazások, táblázatkezelő rendszerek TE* Táblázatkezelő rendszer használat. Alapműveletek. Adattípusok. adatbevitel. Szerkesztés. Formázások.
3.	TE Képletek. Operátorok. Feltételes kifejezések, logikai operátorok alkalmazása.
5.	Függvények (Matematikai, Statisztikai, Pénzügyi), Diagramok Táblázatkezelő rendszerek üzleti alkalmazásai TE Függvények. Dátumfüggvények. Szövegfüggvények. Keresőfüggvények
7.	TE Statisztikai alkalmazások. Pénzügyi függvények
9.	Adatbázis kezelés alapjai Adatbázis kezelő rendszerek TE Diagramok készítése
11.	TE Excel adatlisták kezelése. Adatbázisfüggvények
13.	Számítógép architektúrák Operációs rendszerek TE Adatbázis kialakítás, táblák létrehozása kezelése, űrlapok használata
15.	Számítógép-hálózatok Internet szolgáltatások TE Lekérdezési lehetőségek (QBE rács, SQL)
17.	TE Jelentéskészítés, kifejezések, műveletek használata. Relációs táblák kezelése, kulcsok szerepe
19.	Rendszerelméleti alapok TE Űrlapok és lekérdezések (akcióorientált) készítése
21.	TE Internet szolgáltatások (Web, FTP, e-mail, stb.)
23.	Információs rendszerek Integrált vállalatirányítási információs rendszerek TE Gyakorlati beszámoló adatbázisból
25.	TE Egy kiválasztott ERP rendszer: törzs adatmodellje (cikktörzs, partnertörzs, eseménytípusok, dokumentumtípusok, feladattípusok, bizonylattípusok)
27.	TE Pótlás és javítási lehetőség

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		Mikroökonómia				Kódja:	GT_AKMN016 GT_AKMNS016
	angolul:		Microeconomics					
Felelős oktatási egység:			DE GTK Közgazdaságtan Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:			Bevezetés a közgazdaságtanba Gazdasági matematika I.				Kódja:	GT_AKMN002 GT_AKMN001
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	kollokvium	5	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Karcagi-Kováts Andrea	beosztása:	egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:		beosztása		
A kurzus célja								
A kurzus célja, hogy a hallgatók elsajátítsák a mikroökonómia alapvető fogalmait, modelljeit és használják tudják azokat, illetve képesek legyenek ezeket alkalmazni. A hallgatóknak a kurzus végére ismerniük kell a fogyasztói és a vállalati viselkedés elemzéséhez szükséges legfontosabb elméleteket, fogalmakat, illetve eszközöket, és ezek alapján képesnek kell lenniük különböző problémák elemzésére.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.								
Képesség:								
A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemmez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.								
Attitűd:								
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra.								
Autonómia és felelősség:								
- Önállóan szervezi meg a gazdasági folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését.								
- Az elemzéseiről, következtetéseiről és döntéseiről felelősséget vállal.								
- Önállóan kíséri figyelemmel a társadalmi-gazdasági-jogi környezet szakterületét érintő változásait.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
A kurzus először áttekinti a mikroökonómiai alapelveket, azokat a módszereket, amiket a mikroökonómiai gondolkodás megkövetel. A korábban már megismert fogalmakat (kereslet, kínálat, egyensúly) kibővítve vezet be új alkalmazási lehetőségeket (árszabályozás). Ezután a fogyasztói optimalizálásra tér át a kurzus: hasznossági függvény, költségvetési korlát, egyéni és piaci kereslet levezetése. A félév második felében áttér a termeléselméletre, azon belül is a profitmaximalizálásra, mint legfőbb célra, és két iparági szerkezetben (tökéletes verseny és monopólium) veszi át, hogy mekkora a profitmaximalizáló kibocsátás.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
Előadás és szemináriumi foglalkozások, feladatmegoldás								
Értékelés								
Az aláírás megszerzéséhez kötelező a szemináriumi órákon való jelenlét, maximum 3 hiányzás megengedett a félév során. Lehetőség van megajánlott jegy (kizárólag közepes (3), jó (4) és jeles (5)) megszerzésére az alábbi feltételekkel: a félév közepén és végén 1-1 teszt megírására adunk lehetőséget a tananyag első és második feléből. Mindkét teszt esetében el kell érni a legalább 50,01%-ot és a százalékos átlagnak a legalább közepes (3) érdemjegy alsó határát (64,01%). Ezek a tesztek nem pótolhatók, nem ismételhetők, megírásuk önkéntes. A vizsga írásbeli (lehet e-learning és papíralapú is). Az írásbeli vizsgán elért eredmény adja a kollokviumi jegyet az alábbiak szerint:								

0 - 50% – elégtelen
 50,01% - 63% – elégséges
 64,01% - 75% – közepes
 76,01% - 86% – jó
 87,01% - 100% – jeles

Kötelező szakirodalom:

Varian, Hal R.: Mikroökonómia középfolon. KJK Kerszöv, Budapest, 2012.
 Berde, Éva (szerk.): Mikroökonómiai és piactelméleti példatár. TOKK, Budapest, 2009.

Ajánlott szakirodalom:

Jack Hirschleifer, Amihai Glazer, David Hirschleifer (2009): Mikroökonómia - Árelmélet és alkalmazásai - Döntések, piacok és információk. Osiris Kiadó, 2009
 Kopányi, M. (szerk.): Mikroökonómia. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1997.
 Mankiw, G. N. (2011). A közgazdaságtan alapjai. Osiris, Budapest.
 Bergstrom, Theodore C. – Varian, Hal R.: Mikroökonómiai gyakorlatok. Veszprémi Egyetemi Kiadó, 2002.

	tananyag	Varian könyv fejezetei
1.	A mikroökonómia alapelvei TE: Határelemzés, racionalitás, önérdékkövetés, alternatív költség, pozitív-normatív elemzés	1. fejezet
3.	Elemzési eszközök TE: piaci kereslet, kínálat, egyensúly optimalizálás, adózás, árszabályozás	1. fejezet
5.	Költségvetési korlát TE: jövedelem, költségvetési egyenes, piaci cserearány	2. fejezet
7.	Hasznosság és preferenciák TE: preferenciarendezés, közömbösségi görbék, hasznossági függvény, határhaszon	3., 4. fejezet
9.	Fogyasztói döntés TE: a fogyasztói optimum meghatározása a helyettesítési határráta és a piaci cserearány által	5. fejezet
11.	A keresletelmélet néhány alkalmazása TE: jövedelem-fogyasztás görbe, Engel-görbe, ár-fogyasztás görbe, egyéni kereslet levezetése	6. fejezet
13.	Fogyasztói többlet és piaci kereslet TE: piaci kereslet levezetése egyéni keresletből, rugalmassági mutatók	14., 15. fejezet (kivéve 14.8.)
15.	Vállalat I. TE: vállalat tulajdonosa és vezetője közti különbség azonosítása, számviteli és gazdasági költség koncepció	18., 19.2., 20. fejezet (kivéve 20.2., 4.)
17.	A vállalat II. TE: technológia, rövid távú termelési függvény	19. fejezet
19.	Költséggörbék TE: a vállalat rövid és hosszú távú költségei	21. fejezet
21.	Vállalati magatartás tiszta versenyben TE: profitmaximalizálás, fedezeti és üzembzárési pontok	22., 23. fejezet (kivéve 23.4., 10.)
23.	SZÁMONKÉRÉSI HÉT – NINCS OKTATÁS	
24.	Kompetitív piac egyensúlya TE vállalati és iparági kínálat, jóléti többlet	22., 23. fejezet (kivéve 23.4., 10.)
26.	A monopólium TE: TE: monopolista profitmaximalizálási döntése, monopólium melletti jóléti többletek, holtteher-veszteség	24. fejezet

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Vállalatgazdaságtan				Kódjai:	GT_AKMN017-17		
		angolul:		Managerial Economics					GT_AKMNS017-17		
Felelős oktatási egység:				Debreceni Egyetem, GTK, Gazdálkodástudományi Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-		
Típus		Heti óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat		Labor					
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	Heti	0	kollokvium	5	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktatók				neve:		Prof. Dr. Bai Attila			beosztása:	egyetemi tanár	
Közreműködő oktatók (debreceni oktatás)				neve:					beosztása:		
				neve:					beosztása:		
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
- megismerkedjenek a vállalati gazdaságtan területeivel, erőforrásaival, általános menedzsment feladatokkal, úgymint tervezés, emberi erőforrás- és készlet-gazdálkodás, beruházások értékelése. - A tantárgy feladata továbbá, hogy a hallgatók tisztában legyenek a vállalkozások fogalmával, csoportosításukkal, a hozzájuk kötődő alapvető gazdasági ismeretekkel, a termelő- és szolgáltató-rendszerek hatékony működtetésének módszereivel.											
Tanulás eredmények, kompetenciák:											
<i>Tudás:</i>											
A hallgató olyan alapvető ismeretekre tesz szert, amelyek révén eligazodik a vállalat működtetésének módszertanában, azokat megértve tudja a speciális eljárásokat, megközelítéseket elsajátítani. A kurzus előadásai három fő tématerület köré fókuszálódnak: 1. A vállalkozások működése, alapítása, tervezése, 2. A vállalkozások erőforrásai és értékelésük 3. Értékteremtő folyamatok menedzsmentje. A tantárgy révén a hallgató megismeri a menedzsment legfontosabb feladatait, döntési kompetenciáit.											
<i>Képesség:</i>											
Legyen tisztában a menedzsment alapszabványokkal, a vállalkozások működtetésének feltételeivel. Ismerje az erőforrásokat és ezek értékelésének összefüggéseit. Értse az értéktermelő folyamatok és a menedzsment kapcsolatát. Legyen képes ismereteit felhasználni az üzleti- és a menedzsment kérdésköreinek bővítésére. Tudja alkalmazni a gyakorlatban, pl. iparági fejlesztésekben, a tantárgy tanulásakor megszerzett ismereteket.											
<i>Attitűd:</i>											
A tantárgy elősegíti, hogy a hallgató megfelelő gazdálkodástudományi tudás birtokában a végzés után megfelelően értelmezni és értékelni tudja a menedzsment feladatait, továbbá alkalmas legyen gazdaságtudományi ismereteit gyarapítani. A hallgató ennek köszönhetően olyan gazdaságtudományi alapokkal bír, ami hozzásegíti ahhoz, hogy a szakmai feladatait hatékonyan végezze.											
<i>Autonómia és felelősség:</i>											
A kurzus hozzásegíti a hallgatót ahhoz, hogy munkájában innovatív, egyben befogadó és hatékony legyen, továbbá szakmai jövőépítéssel kapcsolatos kérdésekben megalapozottan és felelősséggel formáljon véleményt.											
A kurzus tartalma, témakörei											
A vállalat és a vállalkozás fogalma, csoportosításuk, a stock és a flow folyamatok, a termelési érték, a termelési költség a jövedelem és kategóriái, a hatékonyság és annak mérése. A befektetett eszközök, a befektetések és a beruházás sajátosságai, beruházás-gazdaságossági számítások, gazdálkodás forgóeszközökkel, a készletgazdálkodás és a logisztikai rendszerek, az értéktermelő folyamatok menedzsmentje, a termelés és a szolgáltatás sajátosságai. Az emberi erőforrás gazdálkodás kérdései, területei, feladatai											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
Előadások modern infokommunikációs eszközök felhasználásával. Interaktív, elektronikus tananyag az E-learning											

programban. Lehetőség konzultációra. Ha a félév során online oktatási rendszerre kell áttérni, akkor a nappali (és levelező) előadások és gyakorlatok időintervallumában az e-learning felületen fog történni az oktatás. Ebben az esetben az E-learning WEBEX felületen lesznek megtartva az előadások és gyakorlatok.

Értékelés

A félévvégi aláírás feltétele a tárgy felvétele a Neptun rendszerben, illetve a gyakorlatok látogatása a TVSZ előírásainak megfelelően. A gyakorlatok pótlása más csoportban csak előzetes írásbeli egyeztetést követően lehetséges.

A félév értékelésével kapcsolatban a Tanulmányi és Vizsgaszabályzat (TVSZ) előírása "„olyan beszámolóval vagy kollokviummal ellenőrizendő tantárgyakból, amelyek előadásaihoz szeminárium / gyakorlat is csatlakozik, továbbá az olyan tantárgyakból, amelyeknek a foglalkozásai csak szemináriumból / gyakorlatból állnak, az oktató a hallgatónak az oktatási időszakban nyújtott teljesítménye alapján jegyet ajánlhat meg. A jegymegajánlás lehetőségét a tantárgyi követelményekben a félév elején előre közölni kell a hallgatókkal. A megajánlott értékelést (osztályzatot) a hallgató nem köteles elfogadni, kérheti vizsgára bocsátását".

A fenti előírással összhangban lehetőséget biztosítunk a félév során két előre megadott alkalommal a nappali tagozatos hallgatók számára a megajánlott jegy megszerzésére szolgáló számonkérésen való részvételre, fakultatív jelleggel. A teljesítmény értékelése az e-learning rendszerben történik, az előadások helyszínén és időpontjában. Ennek értékelése során a pontszámokat átlagoljuk és ennek figyelembe vételével alakítjuk ki a végleges érdemjegyet. Az előadásokon szintén lehetőség van pluszpontok megszerzésére. A gyakorlatokon végzett munka alapján a gyakorlatvezetők javaslatot tehetnek a legjobb teljesítményt nyújtó, csoportonként maximum 3 hallgatóra, akik számára a félévközi dolgozatokon elért jegyüknél – amennyiben az legalább elégséges - egy érdemjeggyel jobbat ajánlunk meg. A megajánlott jegyek a TVSZ-nek megfelelően a vizsgaidőszakban javíthatók. A vizsgáztatás és a zárthelyi dolgozatok megíratása – különösen járványhelyzet esetén - várhatóan az E-learning rendszeren keresztül fog történni.

A vizsga sikeres teljesítéséhez legalább a maximális pontszám 60%-a szükséges. A ponthatárok:

- 0-59%: elégtelen (1)
- 60-69%: elégséges (2)
- 70-79%: közepes (3)
- 80-89%: jó (4)
- 90-100%: jeles (5)

Az előadások és gyakorlatok anyaga folyamatosan felkerül az e-learning rendszerbe. Az e-learning rendszerbe feltett tananyagokat csak saját tanuláskoruk során használhatják fel, azokat a szerzői jogok és a GDPR rendelkezései egyaránt védik!

Kötelező olvasmány:

1. Nábrádi A. (szerk.) – Bai A. (szerk.) – Gabnai Z: Mezőgazdasági és energetikai ökonómiai ismeretek (2., 3., 5. fejezet). Debrecen, 2018
2. Nábrádi A. Vállalkozási ismeretek, 2018, Debreceni Egyetem ISBN 978-963-12-3048-2
3. Chikán A. Vállalatgazdaságtan, Aula Kiadó, Budapest, 2010.

Ajánlott szakirodalom:

1. Pupos Tibor et al: Termelés- és szolgáltatás menedzsment. Pannon Egyetem, Georgikon Kar, Keszthely, 2011
2. Andy Schmitz (2013): Principles of Managerial Economics, <http://lardbucket.org>

Heti bontott tematika:

Hét, időpont	Előadás (téma)	Gyakorlat/szeminárium	Hét
1.	Követelményrendszer ismertetése, a vállalkozásokkal kapcsolatos alapfogalmak TE: Vállalkozások fogalma, jellemzői, alapítása, megszűnése. : Vállalkozási formák csoportosítása méret, tevékenység	A félév felépítése, szükséges tudnivalók termelési értékkel, költséggel kapcsolatos számítások	1-2
2.	Termelési értékkel és költséggel kapcsolatos alapfogalmak TE. A termelési értéket kialakító tényezők, a hozam fajtái, az árak fajtái, a termelési értéket befolyásoló egyéb tényezők. A termelési költséget kialakító tényezők, a ráfordítások típusai		
3.	Termelési költség II., önköltség-számítás	Jövedelemmel kapcsolatos számítások,	3-4

	TE: Termelési költség, önköltség kategóriái, a jövedelem kategóriái, kiszámítása értelmezése, befolyásoló tényezői.	komplex feladatok az eddig tanult alapfogalmakkal kapcsolatban	
4.	Jövedelemmel kapcsolatos alapfogalmak TE: a jövedelem kategóriái, kiszámítása értelmezése, befolyásoló tényezői.		
5.	Hatékonysággal kapcsolatos alapfogalmak TE: A gazdasági hatékonyság kategóriái, a termelékenység, az igényesség, az ellátottság és a jövedelem-arányossági mutatók értelmezése, az átlagos, a pótlólagos és a marginális hatékonyság számítása	Komplex feladatok az eddig tanult alapfogalmakkal kapcsolatban	5-6
6.	Értéktermelő folyamatok menedzsmentje: termelés és szolgáltatás TE: A termelés és a szolgáltatás sajátosságai, a termelés-menedzsment területei.		
7.	Fakultatív teszt I.	Amortizációs számítások, beruházás-gazdaságossági számítások	7-8
8.	Erőforrások: befektetett eszközök TE: A befektetett eszközök csoportjai, vállalat gazdaságtani sajátosságai. Az immateriális javak, a tárgyi eszközök és a befektetett pénzügyi eszközök csoportjai, a fenntartási és az értékcsökkenési költségek sajátosságai		
9.	Beruházások értékelése, az idő pénzértéke I. TE: Az idő pénzértékének fontossága, kalkulációja	Beruházás-gazdaságossági számítások	9-10
10.	Beruházások értékelése, az idő pénzértéke II. TE: Az NPV, az IRR, a PI, DDP számításmenete, összefüggései		
11.	Erőforrások: forgóeszközök TE: A készletek, a követelések, a rövid távú pénzügyi befektetések és a pénzeszközök sajátosságai. A forgóeszköz szükségletet befolyásoló tényezők vizsgálata.	Forgóeszköz-gazdálkodással kapcsolatos számítások	11-12
12.	Emberi erőforrás-gazdálkodással kapcsolatos alapfogalmak TE: Emberi erőforrás-gazdálkodás értelmezése, befolyásoló tényezők, bér-gazdálkodás jellemzőinek megismerése.		
13.	oktatási szünet		
14.	Fakultatív teszt II.		13-14

Vizsgatételek

1. Vállalkozásokkal kapcsolatos alapismeretek
2. Termelési értékkel kapcsolatos alapismeretek
3. Termelési költséggel kapcsolatos alapismeretek
4. Önköltséggel kapcsolatos alapismeretek
5. Jövedelemmel kapcsolatos alapismeretek
6. Hatékonysággal kapcsolatos alapismeretek
7. Értéktermelő folyamatok menedzsmentje: termelés és szolgáltatás
8. Befektetett eszközökkel kapcsolatos alapismeretek
9. Beruházások értékelése
10. Forgóeszközökkel kapcsolatos alapismeretek
11. Készlet-gazdálkodással kapcsolatos alapismeretek
12. Emberi erőforrás-gazdálkodással kapcsolatos alapismeretek

A tantárgy neve:	magyarul:	Pénzügytan	Kódja:	GT_AKMN018-17 GT_AKMNS018-17
	angolul:	Basics of Finance		

Felelős oktatási egység:				DE GTK Számviteli és Pénzügyi Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	kollokvium	4	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Béresné dr. Mártha Bernadett		beosztása:	adjunktus

A kurzus célja, a hallgatók bevezetni a pénzügyi alapfogalmak világába, megismertetni őket a hazai bankrendszer felépítésével, a Magyar Nemzeti Bank feladataival, eszközrendszerével, a bankügyletekkel, a fizetési módokkal, az értékpapírok és a valuta, deviza működésével. A szemináriumokon a hallgatók a pénz időértékéhez és az értékpapírokhoz kapcsolódó számításokat sajátítják el.

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

Tisztában van a pénzügytan alapfogalmaival, ismeri a hazai bankrendszer felépítését, az MNB feladatait, eszközrendszerét. Kiigazodik a bankügyletek, a fizetési módok, és az értékpapírok témakörében. Áttekintése van a pénz időértékével kapcsolatos feladatok körében. Elsajátította a pénzügyi gondolkodás alapjait.

Képesség:

A tanult elméletek és pénzügyi számítási módszerek alkalmazásával alapvető összefüggéseket tár fel pénzügyi folyamatok között. Önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít alapvető pénzügyi döntések meghozatalához.

Attitűd:

Nyitott a pénzügyeket érintő jelenségek, problémák iránt, elkötelezett a megoldásukat illetően.

Autonómia és felelősség:

Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. Önállóan szervezi meg a pénzügyi adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését. Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseiért felelősséget vállal.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

Hét	Előadás	Szeminárium (gyakorlat)
1. hét	A pénz keletkezése és fejlődése. A pénz időértéke.	A pénz időértéke, jövőérték számítás, egyszerű kamatszámítás.
2. hét	A pénzügyi intézményi rendszer. Az MNB jogállása és feladatai. A monetáris politika, eszközrendszere.	A pénz időértéke, jövőérték számítás, kamatos kamatszámítás.
3. hét	Pénzügyi szolgáltatások.	Jelenérték számítása.
4. hét	Bankügyletek és bankszolgáltatások (aktív-, passzív-, semleges bankügyletek)	Speciális pénzáramlás sorozatok – egyszerű és növekvő tagú örökjáradék

5. hét	Hitelek, csoportosításuk.	Annuitás jelenértéke
6. hét	Factoring, forfait, lízing	Annuitás jelenértéke
7. hét	Pénzforgalom lebonyolítása. Bankszámlaszerződés, vállalkozói bankszámlák A pénzforgalom lebonyolítása 1.	Annuitás jövőértéke
8. hét	1. Zárthelyi dolgozat	Annuitás jövőértéke
9. hét	Pénzforgalom lebonyolítása 2.	Értékpapírok 1.
10. hét	Értékpapírok fogalma, csoportosítása, fajtái, jellemzői.	Értékpapírok 2.
11. hét	<i>Számonkérés hete</i>	
12. hét	Részvény, kötvény.	Értékpapírok 3.
13. hét	Valuta, deviza, konvertibilitás	Valuta, deviza, konvertibilitás
	2. Zárthelyi dolgozat	Gyakorló feladatok

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Az előadások keretében a hallgatók a pénzügytan alapjaival kapcsolatos jellemzőkkel, rendszerekkel ismerkednek meg. A gyakorlatokon olyan számításokat, feladatokat végeznek, oldanak meg, amelyek biztosítják, hogy kellő gyakorlatot, alapvető pénzügyi jártasságot szerezzenek a hétköznapi életben, így a döntéstámogatásban, az okozati összefüggések feltárásában.

Értékelés

Számonkérés módja:

A félév vizsgával (kollokvium) zárul az alapszakos kereskedelem-marketing szakos hallgatók számára. Azonban megajánlott jegy szerezhető a félév során megírt 2 db zárthelyi dolgozat (online, e-learning) eredményének az átlagából. Csak a közepes, a jó és a jeles jegyek kerülnek megajánlásra. Egyetlen alkalommal lehet megírni mindkét zárthelyi dolgozatot, melynek külön-külön min. 60%-ra kell sikerülnie. A két eredmény számtani átlaga adja meg végső jegy értékét. Azon hallgatók, akik nem élnek ezzel a lehetőséggel, a vizsgaidőszakban meghirdetett időpontokban írásbeli vizsgát tehetnek a TVSZ szerint. A zárthelyi dolgozatok és a vizsgadolgozat elméleti és gyakorlati feladatokat tartalmaznak 50-50%-os arányban.

A félévi aláírás feltétele a gyakorlatokon való rendszeres és aktív részvétel. Hiányzás a TVSZ-ben előírtak szerint. A szemináriumok szükséges tárgyi feltétele a kinyomtatott gyakorló feladatsor (letölthető az e-learning-ből), valamint számológép. A zárthelyi dolgozatokra való megfelelő felkészülés érdekében elvárt és ajánlott az előadáson való részvétel.

Értékelés:

60% alatt: 1, elégtelen
60-69%: 2, elégséges
70-79%: 3, közepes
80-89%: 4, jó
90-100%: 5, jeles

Kötelező szakirodalom:

Az előadások és a gyakorlatok anyaga (e-learningben elérhető).

Ajánlott szakirodalom:

Kürthy Gábor (szerk.): Pénzügytan – egyetemi tankönyv. Budapesti Corvinus Egyetem Pénzügy Tanszék, Tanszék Kft. 2018
Zeller Gyula – Koltai Zoltán: Pénzügyi alapismeretek. Pécs, 2017. 1-3.; 6.1.; 8-9.; 12.24. fejezet
Katona Klára (szerk.): A pénzügyi közvetítő rendszer funkciói. Wolters Kluwer, 2018. III fejezet
Jánosi-Madár-Sági-Szabó-Szebellédi-Zeller: Pénzügyek alapjai. BGF. 2007.
Paróczai Péterné: Pénzügyi és vállalkozás finanszírozási ismeretek. Perfekt, 2005.
Pénzügy-számvitel: <http://odin.agr.unideb.hu/hefop/>

Béresné dr. Mártha Bernadett
oktató

A tantárgy neve:		magyarul:		Üzleti szaknyelv I.				Kódja:	GT_AKMNNY1-17 GT_AKMNSNY1-17
		angolul:		Basics of Technical Language I.					
Felelős oktatási egység:				Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Gazdasági Szaknyelvi Kommunikációs Központ					
Kötelező előtanulmány neve				B1+ szintű általános nyelvtudás				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti		Heti	4	gyakorlati jegy	3	angol/német	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Vajdics Eszter Júlia			beosztása:	nyelvtanár
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
sikeres álláspályázatát támogassa, valamint jövőbeli, gazdasági, üzleti területen elvárt munkafeladatait segítse. Cél, hogy legalább az Európai Referencia Keret B2 szintjét elérjék mind a négy fő nyelvi készség terén. A B2 szinttel érkező hallgatóknál a három félév teljesítése után C1 az elvárt szint. B2 szinten a nyelvhasználó meg tudja érteni az összetettebb szakszövegek fő mondanivalóját és fontosabb információit. B2 szinten a nyelvtanuló képes részletes és világos szövegalkotásra szóban és írásban az elvárt szaknyelvi témakörökben. Ezen célok elérése érdekében a kurzus során a hallgatók megismerkednek a legfontosabb üzleti, gazdasági és pénzügyi szakterületekkel idegen nyelven, és ezeken keresztül elsajátítják a szakterület jellemző szakszókincsét. A szakmai szókincs elsajátítása különböző feladatokon keresztül történik: az alaptankönyv módszeres feldolgozása, valamint újságcikkek, szövegértések, esettanulmányok, interjúk segítségével. A félév során kiemelt figyelmet kap az esetleges nyelvtani hiányosságok és kiejtési hibák megszüntetése, hogy a hallgató a kurzus után hatékonyan, a kommunikációt zavaró nyelvhasználati hibák nélkül tudjon részt venni a társalgásban általános és szakterületéhez kapcsolódó témákban.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
A nyelvtanuló rendelkezik a gazdasági, üzleti élet alapvető fogalmainak, szereplőinek, folyamatainak, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével idegen nyelven, azokat be tudja mutatni, képes róluk kérdéseket feltenni és elbeszélgetni, illetve vitatkozni az adott idegen nyelven. Tárgyalóképes nyelvtudással bír az alapvető információgyűjtési és elemzési módszerekkel kapcsolatban.									
Képesség:									
A nyelvtanuló képes szakszerű, világos, egyértelmű és hatékony kommunikációra írásban és szóban, mind szakmai, mind laikus közönség felé; a pénzügyi, befektetési, finanszírozási, beruházási döntések előkészítésére, a hitelkérelmek, pénzügyi tervek, pályázatok készítésére, értékelésére, gazdasági mutatók kiszámítására és azokból következtetések levonására. Képes önálló szakirodalmi feldolgozásra idegen nyelven, valamint folyamatosan kommunikál akár anyanyelvű beszédpartnerével, megfelelően használja mind az általános, mind a szaknyelvi lexikát, tud érvelni, véleményt nyilvánítani, állást foglalni.									

Attitűd:

A nyelvtanuló a minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, konstruktív, kezdeményező; nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok vállalására. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.

Nyitott a pénzügyeket és számvitelt érintő jelenségek, problémák iránt, elkötelezett a megoldásukat illetően. Folyamatosan törekszik az önképzésre, tudása, ismeretei aktualizálására.

Autonómia és felelősség:

Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan szervezi meg a gazdasági folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését. Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal. Alkalmas önálló munkavégzésre (módszertan, technika kiválasztása; a munka szervezése, tervezése, irányítása; az adatok gyűjtése, rendszerezése, elemzése, értékelése). Munkáját a minőségi munkavégzés jellemzi. Tudatosan vállalja és közvetíti szakmája etikai normáit.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus célja a legfontosabb üzleti, gazdasági és pénzügyi szakterületek idegen nyelven történő áttekintése, és ezeken keresztül a szakterület jellemző szakszókincsének megismertetése. Fontosabb témakörök: a gazdaság szereplői és régiói, Magyarország gazdasága, a munka világa, munkaerőpiac, interkulturális különbségek, álláspályázatok elemei és fázisai, üzleti utak. Prezentációs készségek idegen nyelven.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Csoportmunka, egyéni feladatok, prezentációk, szituációs feladatok, módszertani útmutató az egyes vizsgafeladatok megoldásához, órai csoportos és egyéni gyakorlás, otthoni munka.

Értékelés

Az órákon rendszeres szóbeli és írásbeli számonkérések, valamint a félév során két írásbeli (zárhelyi) dolgozat alapján (6. és 12. hét), beadandó dolgozatok. A Zh-kon a teljesítési szint: 60%. A félév végén gyakorlati jegy.

Kötelező szakirodalom:

David Cotton- David Falvey-Simon Kent-John Rogers: Market Leader Intermediate Flexi Coursebook 1, Longman, 2016, ISBN 10: 1292126108 ISBN 13: 9781292126104

Ian MacKenzie English for Business Studies 3rd Edition Student's Book, A course for Business Studies and Economics students, Cambridge University Press, 2010, ISBN: 9780521743419

Business Result Upper-intermediate, Second Edition, David Grant, Jane Hudson and John Hughes, Oxford University Press, 2017.

Nadja Fügert, Regine Grosser, Claudia Hanke, Viktoria Ilse, Klaus F. Mautsch, Ilse Sander, Daniela Schmeiser: DaF im Unternehmen B1 Klett Verlag 2023 ISBN 978-3-12-676450-6

Csányi Eszter-Magyar Gézáné: Bevezetés a német üzleti idegen nyelvbe SALDO 2017 ISBN: 978-963-638-528-6

Sümeгинé, Borgulya, Jacob, Mátyás: Wirtschaftskenntnisse auf Deutsch Akadémiai Kiadó 2004 ISBN: 9789630583046

Ajánlott szakirodalom:

David Cotton-David Falvey-Simon Kent – John Rogers: Market Leader upper-intermediate Flexi Coursebook 1, Pearson Education Limited, 2015, ISBN: 1292126124

Simon Sweeney: English for Business Communication 2nd edition, Cambridge University Press, 2010, ISBN-0521754496

Nagyné Lévy Andrea: Domestic Trade? Foreign Trade? Business English –Differently, KIT Kft, 2011, ISBN:9789636372774

Molnár Judit, Viczena Andrea, Szőke Andrea: 1000 Questions 1000 Answers: Business English,

Gabriele Volgnandt-Dieter Volgnandt: Exportwege neu 1 A1-A2 Schubert Verlag 2012 ISBN: 978-3-941323-00-1

Sprenger, Weermann: Wirtschaft auf Deutsch Klett Verlag ISBN 978-3-12-675215-2

Olaszy, Pákozdi: Aktuelle Wirtschaftsthemen OLKA Budapest 2007 ISBN 978-963-06-3684-1

Német gazdasági lapok és folyóiratok: Handelsblatt, Wirtschaftswoche

Blick auf Deutschland, Landeskunde Deutsch als Fremdsprache, S. Kirchmeyer Klett Verlag Stuttgart ISBN 3-12-675442-x

Heti bontott tematika

1.	A kurzus szervezése, elvárások, számonkérés, követelmények ismertetése TE* Szakmai bemutatkozás, tanulmányok ismertetése
2.	A gazdaság szereplői, szektorai, alapfogalmai és a globális gazdaság régiói TE: Hallott szöveg értésének fejlesztése; szókincs bővítése
3.	Magyarország gazdasága (főbb export/import termékek), makroökonómiai mutatói TE: Grafikon elemzések (változások leírása)
4.	A munka világa. Munkaerőpiaci trendek és jellemzők, új kihívások. A szervezetek HR feladatai. TE: Olvasáskészség fejlesztése; szókincs bővítése
5.	Szervezeti viselkedés, szervezeti magatartás, motiváció TE: Szókincs bővítése; kérdésalkotás begyakorlása
6.	1. Zh. TE: Az eddig tanultak ismételése, összegzése és számonkérése
7.	Interkulturális ismeretek és különbségek a munka és a gazdaság világában. Interkulturális kommunikáció. Az adott nyelvterület kommunikációs jellegzetességei. TE: hasonlító szerkezetek; Kultúraközi különbségek kezelése és hatékony nyelvi alkalmazás és alkalmazkodás
8.	Könyvtárhasználati hét -
9.	Munkakeresés és az álláspályázatok fázisai és feladatai. Önéletrajz, kísérőlevél, motivációs levél. TE: Pályázatírás nyelvi és formai eszközeinek elsajátítása
10.	A felvételi eljárás készségfelmérési feladatai (soft skills, nyelvi szintfelmérés) TE: puha készségek megismerése és fejlesztési lehetősége
11.	Állásinterjú TE: Az állásinterjún szükséges nyelvi funkciók begyakorlása (udvarias kérdések, tömör megfogalmazások)
12.	2. Zh TE: a félév második felében tanultak ismételése és tesztelése
13.	Üzleti utak és külföldi látogatók fogadása TE: udvariassági kifejezések, indirekt kérdések megfelelő használata
14.	Javító zh. Összefoglalás: ellenőrző gyakorlatok, értékelés, javaslatok TE: Ismétlés, az elsajátított ismeretek értékelése, fejlődés eszközeinek és módszereinek meghatározása

ű

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Statisztika I.		Kódja:	GT_AKMN021-17	
		angolul:		Statistics I.			GT_AKMNS021-17	
Felelős oktatási egység:				Statisztika és Módszertan Tanszék				
Kötelező előtanulmány neve:				Matematika II.			Kódja:	GT_AKMN014-17
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	gyakorlati jegy	5	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. habil. Huzsvai László		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók a gazdasági elemzésben használható leíró statisztikai módszereket megismerjék, és a gazdaság és szervezéstudományok területén használható eljárásokat készség szinten alkalmazni tudják a gyakorlati feladatok megoldása során.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
<i>Tudás:</i> Elsajátította a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit, birtokában van az alapvető információ-gyűjtési, matematikai és statisztikai elemzési módszereknek.								
<i>Képesség:</i> A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.								
<i>Attitűd:</i> Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.								
<i>Autonómia és felelősség:</i> Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
Mintavételezés, leíró statisztika, koncentráció, indexek, nevezetes eloszlások, hipotézis vizsgálatok, nem paraméteres próbák.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
Az egymásra épülő anyagrészek megértése, alkalmazásuk és begyakorlása érdekében rendszeres otthoni felkészülést kérünk a hallgatóstól. A félév végi aláírás feltétele a gyakorlatokon való aktív részvétel és az EXCEL táblázatkezelő program felhasználói szintű ismerete. Az előadások látogatása ajánlott, a gyakorlatoké kötelező.								
Értékelés								
A félév gyakorlati jeggyel zárul, amely elméleti és gyakorlati részből áll, melyet számítógépes rendszerben teljesítenek a hallgatók. A gyakorlati anyag: feladatmegoldás az Excel táblázatkezelő programban. Az elméleti rész számonkérése számítógépes teszttel történik. A sikeres gyakorlati jegyhez mindkét résznek legalább elégséges szinten kell teljesülnie. A végső minősítést az elméleti és gyakorlati tudás átlaga adja.								
Kötelező szakirodalom:								
Huzsvai L.: Statisztika gazdaságelemzők részére, Excel és R alkalmazások. Seneca Books, 2012. ISBN 978-963-08-5016-2								
Ajánlott szakirodalom:								
Hunyadi L. – Vita L.: Statisztika I. Aula Kiadó, Budapest, 2008. 1-348. o. Hunyadi L. – Vita L.: Statisztika II. Aula Kiadó, Budapest, 2008. 1-300. o. Hunyadi L. – Vita L.: Statisztikai képletek és táblázatok (oktatási segédlet), Aula Kiadó, Budapest, 2008. 1-51. o. Szűcs I.: Alkalmazott Statisztika Agroiinform Kiadó, Budapest, 2002. 1-551. o.								

Heti bontott tematika	
1.	A statisztika fogalma, részterületei. Statisztikai alapfogalmak: alapsokaság, ismerv, paraméter, minta. A statisztikai munka fázisai. A statisztika alapfogalmai. Adatgyűjtési és adathasznosítási módok, adatforrások. Statisztikai lehetőségek az Excel táblázatkezelő programban. Függvények és eljárások, statisztikai alpműveletek.
3.	Mintavételezési eljárások, véletlen minta, szisztematikus hiba, paraméter. Adatbázisok. A jó adatbázis kritériumai. Adatbázis készítés szabályai. Független, azonos eloszlású minta, egyszerű minta, rétegzett minta. Csoportos minták, nem véletlen mintavételi eljárások, kombinált és mesterséges minták. Nem válaszolások a mintában. Kiválasztási arány számítása.
5.	Az adatok mérési szintjei. A különböző mérési szintekhez tartozó adatok jellemző értékeinek meghatározása. Adatábrázolások. Különböző mérési szintű változók jellemző értékeinek meghatározása. Diagramok készítése és értelmezése.
7.	Viszonyszámok. Összefüggések a viszonyszámok között. Megoszlási, koordinációs, összehasonlító, teljesítmény viszonyszámok számítása. Intenzitási viszonyszámok meghatározása.
9.	Centrális mutatók: medián, módusz, számított középértékek. Centrális mutatók meghatározása különböző mérési szintű változók esetén.
11.	Középértékek: számtani, geometriai, harmonikus, négyzetes. Súlyozott átlagok számítása. Átlagok (a számtani átlag és főbb tulajdonságai, egyéb átlagfajták és jellegzetes alkalmazási területeik).
13.	A szóródás mutatói: szórás, variancia, terjedelem, abszolút, relatív eltérések, variációs együttható, relatív variációs együttható. Szóródási mutatók számítása a teljes sokaságból és mintából.
15.	A koncentráció mérése, Lorenz görbe. Herfindahl-Hirschman-index. Összefüggések a koncentráció és szórás között. A koncentráció elemzés gyakorlata.
17.	Indexek Az érték-, ár- és volumenindex számítás alapjai. A Laspeyres- és Paasche-féle indexek. Index-összefüggések. A Fisher-féle indexek.
19.	A normális eloszlás mint modell. Eloszlás és sűrűség függvény. Ferdeség és csúcsosság jellemzése Normáloszlás előállítás. Sűrűség és eloszlás függvény elemzése. Standardizálás. Ferdeség és csúcsosság számítása, gyakorlati értelmezése.
21.	A standard normál eloszlás nevezetes értékei, törvényszerűségei. Egyoldali aszimmetrikus, kétoldali szimmetrikus valószínűségek. Standard normális eloszlás előállítása. Az eloszlás függvény alapján a jellemző értékek meghatározása. Egyoldali, kétoldali valószínűségek meghatározása. Az Excel standard normális eloszlás függvényei és értelmezésük.
23.	Student-féle t-eloszlás. Az átlag standard hibája. Megbízhatósági tartományok. A standard hiba meghatározása. Különböző valószínűségekhez tartozó konfidencia intervallumok számítása. A megbízhatósági tartományok gyakorlati alkalmazása.
25.	Statisztikai hipotézisvizsgálatok, nem paraméteres próbák. Khi-négyzet próba. Függetlenségvizsgálat, illeszkedésvizsgálat, homogenitás-vizsgálat. Khi-négyzet próbák.

A tantárgy neve:		magyarul:		Menedzsment			Kódja:	GT_AKMN022-17	
		angolul:		Management				GT_AKMNS022-17	
Felelős oktatási egység:				DE GTK Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Pierog Anita		beosztása:	adjunktus
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
A hallgatókat bevezetni a menedzsment tudományba. Megismertetni őket a vezetés- szervezés alapjaival, egyfajta gondolkodásmód bemutatása.									
A tantárgy oktatásának célja, hogy a hallgatók megismerjék azokat az alapvető vezetési elméletek, módszereket és eljárásokat, amelyek révén felkészülhetnek gazdálkodó szervezetek vezetési feladatainak ellátására. A tantárgy vázát a vezetési folyamat olyan jól definiálható feladatainak oktatása jelenti, mint kommunikáció, információmenedzsment, tervezés, döntés, rendelkezés, szervezés, ellenőrzés. Kompetenciák: Ennek révén a végzett hallgatók képessé válnak megfogalmazni a vezetéssel és szervezéssel,									
kapcsolatos elvárásokat, feladatokat és problémákat. Kiválasztani a legcélravezetőbb eljárásokat, kialakítani az adott vezetési-szervezési helyzet megoldására leginkább megfelelő módszereket. Tudatosan és tervszerűen képes ezek szisztematikus alkalmazására. Képes a stratégiai szemléletű gondolkodásra. A gyakorlati tapasztalatok megszerzése után képessé válik a szervezet és szervezeti egységek tevékenységének összehangolására, szervezésére és irányítására.									

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
- Birtokában van a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsének anyanyelvén és legalább egy idegen nyelven.

Képesség:

- Gazdasági tevékenységet, projektet tervez, szervez, kisebb vállalkozást, gazdálkodó szervezetet, irányít és ellenőriz. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Képes hatékony munkára gazdasági, marketing és kereskedelmi projektekben, gazdálkodó szervezetekben.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Komplex megközelítést kívánó, illetve váratlan döntési helyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljes körű figyelembevételével meghozni döntését.

Autonómia és felelősség:

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Önállóan vezet, szervez, irányít gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet, munkacsoportot, illetve vállalkozást, kisebb gazdálkodó szervezetet, felelősséget vállalva a szervezetért és a munkatársakért.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

Előadás (téma)
Bevezető előadás, követelmények ismertetése, a menedzsment története
Vezetői feladatok
Vezetői szerepek I.
Vezetői szerepek II.
Vezetési iskolák
Információmenedzsment
Beszámolási hét
Szervezeti kommunikáció
A tervezés, mint vezetői funkció
Vezetői döntések
Rendelkezés
Szervezés
Ellenőrzés
Munkahelyi légkör tényezői
Vezetői időgazdálkodása

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

A tantárgyhoz előadás tartozik, mely keretében interaktív módon dolgozzuk fel az egyes témaköröket.

Értékelés

Ötfokozatú skála:

elégetelen (1)
elégséges (2)
közepes (3)
jó (4)
jeles (5)

Kötelező szakirodalom:

Bácsné- Bába É.- Berde Cs.- Dajnoki K. (2015): A vezetés alapjai. (szerk: Berde Cs.), Debreceni Egyetem. Center-Print Nyomda, Debrecen
Berde Cs.- Pierog A. (2020): Vezetési ismeretek gyakorlatok. (szerk: Berde Cs.), Debreceni Egyetem. Debrecen
Antal Zs.- Dobák M. (2016): Vezetés és szervezés- Szervezetek kialakítása és működtetése. Akadémiai Kiadó. Budapest
Előadás anyag
Elektronikus tananyag

Ajánlott szakirodalom:

Maxwell, J. C. (2007): A vezető 21 nélkülözhetetlen tulajdonsága. Bagolyvár Könyvkiadó. ISBN 9789639447950
Maxwell, J. C. (2004): Vezetés 101, amit minden vezetőnek tudnia kell. Bagolyvár Könyvkiadó. ISBN 9789639447400
Anderson, D.R. - Sweeney, D.J. - Williams, T.A. - Camm, J.D. - Cochran, J.J. (2014): An Introduction to Management Science: Quantitative Approaches to Decision Making 14th Edition. Cengage Learning. 877 pp ISBN-13: 978-1111823610
Griffin, R. W. (2015): Management. 12th Edition. Cengage Learning. 704.pp. ISBN:978-1-305-50129-4
Lussier, L.R. (2019): Management fundamentals, Concepts, applications, and skill development. 8th Edition. SAGE Publications. 597.pp. ISBN: 978-1-544-33133-1

Heti bontott tematika	
1.	A menedzsment története
	TE*: Az ismeretanyag elsajátítása
3.	Vezetői feladatok
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
5.	Vezetői szerepek I.
	TE: Az ismerete anyag elsajátítása
7.	Vezetői szerepek II.
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
9.	Vezetési iskolák
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
11.	Információmenedzsment
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
13.	Szervezeti kommunikáció
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
15.	A tervezés, mint vezetői funkció
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
17.	Vezetői döntések
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
19.	Rendelkezés
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
21.	Szervezés
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
23.	Ellenőrzés
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
25.	Munkahelyi légkör tényezői
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása
	Vezetői időgazdálkodás
	TE: Az ismeretanyag elsajátítása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		makroökonómia		Kódja:	GT_AKMN023-17		
		angolul:		macroeconomics			GT_AKMNS023-17		
Felelős oktatási egység:				Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				bevezetés a közgazdaságtanba gazdasági matematika I			Kódja:	GT_AKMN002-17 GT_AKMN001-17	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	2	Heti	2	kollokvium	5	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Czeglédi Pál		beosztása:	egyetemi tanár	
A kurzus célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek a makroökonómia alapvető kérdéseivel, tárgyával és a makroökonómiai kérdések megválaszolásához szükséges eszközrendszer alapjaival. A kurzus során a hallgatóknak képessé kell válniuk arra, hogy a zárt gazdaság elemzéséhez szükséges makroökonómiai modelleket használják különböző gazdasági folyamatok, illetve gazdaságpolitikai akciók hatásainak elemzésében.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
<i>Tudás:</i> Elsajátította a gazdaság makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit									
<i>Képesség:</i> A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.									
<i>Attitűd:</i> Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra									
<i>Autonómia és felelősség:</i> Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal									
A kurzus rövid tartalma, témakörei A makroökonómia kérdései. A makroökonómiai aggregátumok mérésének elvei: a gazdasági körforgás és a GDP, nominális és reál GDP, a GDP felhasználása, a GDP-deflátor és a fogyasztói árindex; a munkanélküliség mérése. A gazdaság hosszú távon: az árupiac és a kölcsönforrások piacának egyensúlya, a tényezőpiaci egyensúly és a jövedelemelosztás; a természetes munkanélküliség elméletei. A pénz jelentősége és az infláció: a pénz funkciói és a pénzkínálat; a pénz mennyiségi elmélete; a pénzkereslet; az infláció társadalmi költségei. A gazdaság rövid távú modelljei: az IS-görbe, a monetáris politika kamatlábat befolyásoló szerepe, és az aggregált kereslet; a Phillips-görbe és az aggregált kínálat; az aggregált kereslet és kínálati modell mint a rövid távú ingadozások modellje; a fogyasztási függvény Friedman- és Modigliani-féle elméletei.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Előadás, feladatmegoldás, hipotetikus gazdaságpolitikai és egyéb változások hatásának magyarázata a grafikus és matematikai formában felírt modellekben									
Értékelés Az aláírás megszerzéséhez kötelező a szemináriumi órákon való jelenlét, maximum 3 hiányzás megengedett a félév során. Lehetőség van megajánlott jegy (kizárólag jó (4) vagy jeles (5)) megszerzésére az alábbi feltételekkel: a félév közepén és végén 1-1 teszt megírására adunk lehetőséget a tananyag első és második feléből. Mindkét teszt esetében el kell érni a legalább 50,01%-ot és a százalékos átlagnak a legalább jó (4) érdemjegy alsó határát (76,01%). Ezek a tesztek nem pótolhatók, nem ismételhetők, önkéntes alapon lehet jelentkezni a megírásukra. A vizsga írásbeli, az esetek többségében az e-learning rendszerben megoldandó feladatokból áll, de a hallgatóknak fel kell készülniük a papír alapú írásbeli vizsgára is. A vizsga írásbeli. A vizsgán elért eredmény adja a kollokviumi jegyet az alábbiak szerint: 0 – 50% – elégtelen 50.01% – 64.00% – elégséges									

64,01% – 76,00% – közepes
 76,01% – 87,00% – jó
 87,01% – 100% – jeles

Kötelező szakirodalom:

Mishkin, F. S. (2020): Makroökonómia: Gazdaságpolitika és gyakorlat. Alinea Kiadó, Budapest. ISBN: 978-615-5669-40-8

Misz József – Palotai Dániel (2004): Makroökonómia feladatgyűjtemény. Panem, Budapest. ISBN: 963 545 4023

Ajánlott szakirodalom:

Mankiw, G. (2005): Makroökonómia. Osiris, Budapest. ISBN: 963 389 825 0

Kaufmann, R. T. (2002): Makroökonómiai munkafüzet és feladatgyűjtemény N. Gregory Mankiw Makroökonómia című tankönyvéhez. Osiris, Budapest. ISBN: 963-389-257-0

Misz József – Tőkés László (2021): Makroökonómia feladatgyűjtemény. Akadémiai Kiadó, Budapest. ISBN: 978 963 454 747 1, DOI: 10.1556/9789634547471, <https://mersz.hu/misz-tokes-makroekonomia-feladatgyujtemeny>

Heti bontott tematika		
hét	téma	tananyag
1.	Bevezetés: A makroökonómia fő kérdései és módszertana; a makroökonómiai aggregátumok I	Mishkin, 1., 2. fejezet (39-86. o.)
	TE*: A makroökonómiai jellegű problémák sajátosságai	
2.	A makroökonómiai aggregátumok II	Mishkin, 3. fejezet (87-110. o.)
	TE: A GDP és az infláció kiszámolásának alapelvei	
3.	A tényezőpiaci egyensúly és a jövedelemelosztás	Mishkin, 4. fejezet (112-127. o.)
	TE: Az Euler-tétel és feltételei	
4.	Megtakarítás és beruházás zárt gazdaságban	Mishkin 5. fejezet+függelék (141-186. o.), 10. fejezet (309-320. o.)
	TE: A reálkamatláb árupiac-tisztító szerepe	
5.	A pénz funkciói, a pénz mennyiségi elmélete	Mishkin, 8-9. fejezet (249-298. o.)
	TE: Az infláció és a pénzkínálat hosszú távú kapcsolata	
6.	Pénzkereslet, pénzkínálat, az infláció és költségei	Mishkin, 10. fejezet (299-328. o.)
	TE: A pénzkereslet és a nominális illetve reál GDP kapcsolata, reál és nominális kamatláb, várt infláció szerepe	
7.	Bevezetés a gazdasági ingadozásokba, az IS-görbe	Mishkin, 11. fejezet (329-347. o.), 20. fejezet (605-608. o.)
	TE: A gazdasági ingadozások stilizált tényei, a kamatláb mint az árupiac kereslet meghatározója	
8.	Monetáris politika és az aggregált kereslet	Mishkin, 12. fejezet (249-375. o.)
	TE: A kamatlábra vonatkozó monetáris politikai szabály, infláció mint az árupiac kereslet meghatározója	
9.	Munkapiaci alapfogalmak, a Phillips-görbe és az aggregált kínálat	Mishkin, 13. fejezet (376-419. o.)
	TE: Az infláció és a munkanélküliség közötti átváltás	
10.	Az aggregált kereslet és kínálat modellje	Mishkin, 18. fejezet (564-581. o.)
	TE: A gazdaság rövid és hosszú távú egyensúlya	
11.	Gazdaságpolitika az aggregált kereslet és kínálat modelljében	Mishkin, 20. (609-631. o.)
	TE: A fiskális és monetáris politikai lépések hatása az outputra, az inflációra és a kamatlábra	
12.	A munkapiac és munkanélküliség	
	TE: A természetes munkanélküliség okai	
13.	A keynesi fogyasztási függvénytől az életciklus hipotézisig	
	TE: A fogyasztási döntés intertemporális szemléletben	
14.	Összefoglalás	
	TE: A témák áttekintése madártávlatból, a közöttük lévő kapcsolódási pontok meglátása	

A tantárgy neve:	magyarul:	Értékteremtő folyamatok menedzsmentje				Kódja:	GT_AKMN027-17 GT_AKMNS027-17	
	angolul:	Operations Management						
Felelős oktatási egység:		Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet						
Kötelező előtanulmány neve:		-				Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	N	Heti	2	Heti	2	kollokvium	4	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató		neve:		Dr. Pakurár Miklós		beosztása:	egyetemi tanár	
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
A kurzus célja, hogy megismertesse a hallgatókat a termelési és szolgáltatási folyamatok hatékony vállalati menedzselésével, képesek legyenek a folyamatok elemzésére, a minőség biztosítására, az értéktéremtésre, és menedzselni az információ és a termékek áramlását az ellátási láncban keresztül, a vállalkozás sikerességének érdekében.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
<i>Tudás:</i>								
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan. Ismeri a projektben, teamben, munkaszervezetben való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit. Ismeri és érti a gazdálkodási folyamatok irányításának, szervezésének és működtetésének alapelveit és módszereit, a gazdálkodási folyamatok elemzésének módszertanát, a döntés-előkészítés, döntéstámogatás módszertani alapjait. Rendelkezik alapvető vezetési és szervezési, valamint projekt, illetve kis- és közepes vállalkozások indításának előkészítésére, indítására és vezetésére vonatkozó ismeretekkel.								
Tisztában van a szervezetek működését, a gazdálkodási folyamatokat támogató informatikai és irodatechnikai eszközök használatával.								
Elsajátította a szakszerű és hatékony kommunikáció írásbeli és szóbeli formáit, az adatok bemutatásának táblázatos és grafikus módjait.								
Birtokában van a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsének anyanyelvén és legalább egy idegen nyelven.								
<i>Képes:</i>								
Gazdasági tevékenységet, projektet tervez, szervez, kisebb vállalkozást, gazdálkodó szervezetet, irányít és ellenőriz. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemmez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.								
Képes a gazdasági folyamatok, szervezeti események komplex következményeinek meghatározására.								
Alkalmazni tudja a gazdasági problémák megoldásának technikáit, a probléma megoldási módszereket, ezek alkalmazási feltételeire és korlátaira tekintettel.								
Képes együttműködni más szakterületek képviselőivel.								
Projektben, csoportos feladatmegoldásban vesz részt, a gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően azokban vezetőként a tevékenységet vezeti, szervezi, értékeli, ellenőrzi.								
Képes a gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően kis- és közepes vállalkozást, illetve gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet vezetni.								
A fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban, magyar és idegen nyelven, a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálja.								
<i>Attitűd:</i>								
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.								
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.								
Nyitott az adott munkakör, munkaszervezet, vállalkozás tágabb gazdasági, társadalmi környezetének változásai iránt, törekszik a változások követésére és megértésére.								
Befogadó mások véleménye, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékek iránt (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).								
Törekszik az életen át tartó tanulásra a munka világában és azon kívül is.								
<i>Autonómiaja és felelőssége:</i>								

Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.

Önállóan vezet, szervez, irányít gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet, munkacsoportot, illetve vállalkozást, kisebb gazdálkodó szervezetet, felelősséget vállalva a szervezetért és a munkatársakért.

Gazdálkodó szervezetben, gazdasági munkakörben képesítése szerinti gazdasági tevékenységet szervez, irányít és ellenőriz.

Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

Projektek, csoportmunkák, szervezeti egységek tagjaként a rá eső feladatokat önállóan, felelősséggel végzi.

Önállóan és felelősséggel vesz részt a gazdálkodó szervezeten belüli és azon kívüli szakmai fórumok munkájában.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

Bevezetés. Értéktérítő folyamatok felépítése. Stratégia. Döntéselemzés támogató eszközök és folyamatok. Minőség és minőségmenedzsment. Folyamatképeség és statisztikai folyamatkontrol. Előrejelzés. Termékek tervezése. Szolgáltatások tervezése. Folyamattervezés és technológia. Kapacitás- és létesítménytervezés. Létesítmény-elhelyezési döntéstámogató eszközök. Humán erőforrás. A munka mérését támogató döntés elemző eszközök. Projektek menedzselése.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadás, konzultáció, hallgatók önálló munkája.

Értékelés

Kollokvium. A gyakorlaton kapott jegy és az elméleti tananyagból írt dolgozat átlaga.

Kötelező szakirodalom:

Az előadásról készített digitális tananyag (PowerPoint)

Pakurár Miklós - Oláh Judit - Terjék László - Felföldi János (2020): Termelési és szolgáltatási folyamatok menedzsmentje tankönyv. Debreceni Egyetem. ISBN: 978-963-490-235-5

Pakurár Miklós - Oláh Judit - Terjék László - Felföldi János (2020): Termelési és szolgáltatási folyamatok menedzsmentje feladatgyűjtemény. Debreceni Egyetem. ISBN: 978-963-490-236-2

Demeter Krisztina: Termelés, szolgáltatás, logisztika - Az értéktérítés folyamatai Wolters Kluwer Kft., 2014, ISBN: 9789632953854

Ajánlott szakirodalom:

Russell, R. S. –Taylor, B. W.: Operations and Supply Chain Management, 9th Edition, ISBN: 978-1-119-53759-5 2018. 816 Pages

Heti bontott tematika

1.	Bevezetés. Értéktérítő folyamatok felépítése. Termelési folyamatok. Szolgáltatási folyamatok. Az operatív menedzser szerepe. A menedzsment fejlődése. Ellátási lánc menedzsment. A globalizáció. Termelékenység és versenyképesség. TE*: Ismerje az értéktérítő folyamatok működésének lényegét, főbb sajátosságait. Értse a menedzsment fejlődésének folyamatát
2.	Stratégia. A stratégia kialakításának lépései: elsődleges feladat meghatározása, fő kompetenciák, termékek és szolgáltatások sajátosságai, a vállalat pozicionálása, stratégia lebontás. Hoshin módszer és balanced scorecard mint stratégia lebontó módszerek. Az operatív stratégia felépítése. TE: Tudja a stratégia kialakításának lépéseit. Értse meg a stratégia lebontás és a vállalat fejlődése közötti összefüggést.
3.	Döntéselemzés támogató eszközök és folyamatok. Optimista, pesszimista döntéshozó. Optimizmus koefficiens jelentése, alkalmazása. Döntéshozás maximax, maximin, azonos valószínűség és Hurwitz kritériumok szerint. TE: Tudjon alkalmazni döntéshozó technikákat a kockázat csökkentése érdekében. Értse a pesszimista és optimista döntések közötti különbséget.
4. 5.	Minőség és minőségmenedzsment. A TQM és a minőségmenedzsment rendszerek. A Minőségmenedzsment eszközei. A fogyasztó, mint a minőségmenedzsment célja. Minőségfejlesztés. Lean six sigma. ISO 9000. TE: Ismerje a minőség mérésének módjait és fejlesztésének technikáit. Képes legyen alkalmazkodni a fogyasztó változó igényeihez.

6. 7.	Folyamatképesség és statisztikai folyamatkontrol. A statisztikai folyamatellenőrzés szerepe a minőség menedzsmentjében. Attribútum és változó típusú adatok. Ellenőrző diagramok szerkesztése és használata: p, c, x átlag és R diagram. Tolerancia és folyamatképesség. TE: Ismerje az alapvető statisztikai folyamatellenőrző diagramok típusait, azok megszerkesztését, használatát a minőség ellenőrzésében és a selejt előállítás megelőzésében.
8. 9.	Előrejelzés. Az előrejelzés jelentősége. A szükséglet előrejelzésének tényezői. Idősoros módszerek: mozgóátlag, súlyozott mozgóátlag, exponenciális simítás, lineáris trend. Regressziós módszerek: lineáris regresszió, korreláció. TE: Ismerje a legfontosabb előrejelzési módszereket, képes legyen a múlt adataiból előrejelzést készíteni a vállalkozások számára.
10. 11.	Termékek tervezése. A terméktervezési folyamat: ötletgenerálás, megvalósíthatósági tanulmány, formatervezés, funkciótervezés, megbízhatóság, karbantarthatóság, használhatóság, termelési terv. Környezettudatos tervezés, robosztus tervezés. TE: Ismerje a terméktervezési folyamat lépéseit összefüggéseit. Értse a fogyasztói igény folyamatos változásához szükséges termékfejlesztési feladatok kapcsolatát és annak fontosságát.
12. 13.	Szolgáltatások tervezése. A szolgáltató gazdaság. A szolgáltatás tervezés folyamata. A szolgáltatástervezés eszközei. Sorban állás elemzés a szolgáltatások javítása érdekében. Működési jellemzők, hagyományos költségösszefüggések a sorban állás elemzésben. A várakozás pszichológiája, sorban állási modellek. TE: Ismerje a szolgáltatások jellemzőit, a szolgáltatás tervezés eszközeit és folyamatát. Értse a sorban állás hatását a szolgáltató vállalkozásra és képes a sorban állási rendszer fejlesztésére.
14. 15.	Folyamattervezés és technológia. Kiszervezés, leghatékonyabb folyamat kiválasztása fedezeti pont elemzéssel. Folyamatelemzés, folyamatábrák használata. folyamatok fejlesztése. Technológiai döntések: pénzügyi megalapozottság, elsőrendű technológiák. TE: Tudja a folyamatfejlesztés lépéseit, ismeri a legkedvezőbb termelési vagy szolgáltatási folyamat kiválasztására alkalmas módszerek használatát. Értse a folyamattervezés, folyamat kiválasztás fontossága és vállalkozás versenyképes működése közötti összefüggéseket.
16. 17.	Kapacitás- és létesítménytervezés. A létesítmények berendezésének az alapjai. Alapvető létesítmény berendezési formák: folyamat elrendezés, termék elrendezés, fix pozíciójú elrendezés. Folyamat elrendezés, szolgáltatás elrendezés, termék elrendezés és hibrid elrendezés tervezése. TE: Ismerje a létesítmények berendezésének főbb típusait és azok megtervezésének módjait. Értse a létesítmények berendezésének és a létesítmények kapacitáskihasználtsága összefüggéseit.
18. 19.	Létesítmény-elhelyezési döntéstámogató eszközök. A létesítmények típusai. Lokáció kiválasztása. A globális ellátási lánc tényezői. Elhelyezés elemzési technikák: elhelyezési tényezők minősítése, vonzasközpont technika, rakomány-távolság technika. TE: Ismerje a létesítmények típusait, a létesítmények elhelyezését befolyásoló tényezőket és a létesítmények elhelyezésére szolgáló technikákat. Értse a létesítmények földrajzi elhelyezése és azok eredményes működése közötti kapcsolatot.
20. 21.	Humán erőforrás (HR = Human Resources) az operatív menedzsmentben. A HR és a minőség menedzsmentje. A HR menedzsment változása. Napjaink trendjei a HR menedzsmentben. Különbözőségek kezelése a HR-ben. Munkatervezés, munkaelemzés, tanulási görbe. TE: Tudja a humán erőforrás menedzsment jelenlegi jellemzőit, ismerje a munkatervezés és munkaelemzés módszereit. Értse a HR mint elsődleges erőforrás szerepét a vállalat működésében.
22. 23.	A munka mérését támogató döntés elemző eszközök. Időtanulmányok: stopperórás időtanulmány, normaidő, munkaciklusok száma, elemi időadatok, előre meghatározott mozgásidő adatok. Munkanap felvételezés. TE: Tudja alkalmazni a hagyományos munkamérési módszereket, a stopperórás időtanulmányt és a munkanap felvételt. Értse, hogy a hagyományos módszerek alkalmazására jelenleg is szükség van, különösen a szolgáltatásokban.
24. 25.	Projektek menedzselése. A projektterv elemei. Globális különbözőségek a projektmenedzsmentben. A projektek kontrollja: idő, költség, teljesítmény, kommunikáció. Projektek tervezése: Gannt diagram, CPM/PERT. Microsoft Project. Projektrövidítés, idő-költség elemzés. TE: Ismerje a projektek jellemzőit, a projekttervezés menetét, a tervezés módszereit (Gannt diagram, CPM/PERT, Microsoft Project). Tudja ellenőrzés alatt tartani a projekt megvalósítását. Értse a projektmenedzsment jelentőségét a termelésben, szolgáltatásban és a tudományban.

A tantárgy neve:	magyarul:	Üzleti szaknyelv II.	Kódja:	GT_AKMNNY3-17
	angolul:	Basics of Technical Language II.		GT_AKMNSNY3-17

Felelős oktatási egység:				Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Gazdasági Szaknyelvi Kommunikációs Központ					
Kötelező előtanulmány neve				B1+ szintű általános nyelvtudás				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti		Heti	4	gyakorlati jegy	2		
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Vajdics Eszter Júlia		beosztása:	nyelvtanár	

A kurzus célja, hogy a hallgatók

sikeres állaspályázatát támogassa, valamint jövőbeli, gazdasági, üzleti területen elvárt munkafadatainak teljesítését segítse. Cél, hogy legalább az Európai Referencia Keret B2 szintjét elérjék mind a négy fő nyelvi készség terén. A B2 szinttel érkező hallgatóknál a három félév teljesítése után C1 az elvárt szint. B2 szinten a nyelvhasználó meg tudja érteni az összetettebb szakszövegek fő mondanivalóját és fontosabb információit. B2 szinten a hallgató képes részletes és világos szövegalkotásra szóban és írásban az elvárt szaknyelvi témakörökben. Ezen célok elérése érdekében a kurzus során a hallgatók megismerkednek a legfontosabb üzleti, gazdasági és pénzügyi szakterületekkel idegen nyelven, és ezeken keresztül elsajátítják a szakterület jellemző szakszókincsét. A szakmai szókincs elsajátítása különböző feladatokon keresztül történik: az alaptankönyv módszeres feldolgozása, valamint aktuális újságcikkek, szövegértések, esettanulmányok, interjúk segítségével. Kiemelt figyelmet kap az esetleges nyelvtani hiányosságok és kiejtési hibák megszüntetése, hogy a hallgató a kurzus után hatékonyan, a kommunikációt zavaró nyelvhasználati hibák nélkül tudjon részt venni a társalgásban általános és szakterületéhez kapcsolódó témákban.

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

A nyelvtanuló rendelkezik a gazdasági, üzleti élet alapvető fogalmainak, szereplőinek, folyamatainak, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével idegen nyelven, azokat be tudja mutatni, képes róluk kérdéseket feltenni és elbeszélgetni, illetve vitatkozni az adott idegen nyelven. Tárgyalóképes nyelvtudással bír a gazdasági, üzleti élet különböző munkafadataiban, munkahelyi szituációiban. Képes gondolatait, ötleteit világosan, precízen, ugyanakkor tömören elmondani idegen nyelven.

Képesség:

A nyelvtanuló képes szakszerű, világos, egyértelmű és hatékony kommunikációra írásban és szóban, mind szakmai, mind laikus közönség felé; a pénzügyi, befektetési, finanszírozási, beruházási döntések előkészítésére, a hitelkérelmek, pénzügyi tervek, pályázatok készítésére, értékelésére, gazdasági mutatók kiszámítására és azokból következtetések levonására. Képes önálló szakirodalmi feldolgozásra idegen nyelven, valamint folyamatosan kommunikál akár anyanyelvű beszédpartnerével, megfelelően használja mind az általános, mind a szaknyelvi lexikát, tud érvelni, véleményt nyilvánítani, állást foglalni.

Attitűd:

A nyelvtanuló a minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, konstruktív, kezdeményező; nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok vállalására. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.

Nyitott a pénzügyeket és számvitelt érintő jelenségek, problémák iránt, elkötelezett a megoldásukat illetően. Folyamatosan törekszik az önképzésre, tudása, ismeretei aktualizálására.

Autonómia és felelősség:

Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan szervezi meg a gazdasági folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Alkalmas önálló munkavégzésre (módszertan, technika kiválasztása; a munka szervezése, tervezése, irányítása; az adatok gyűjtése, rendszerezése, elemzése, értékelése). Munkáját a minőségi munkavégzés jellemzi. Tudatosan vállalja és közvetíti szakmája etikai normáit.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus célja idegen nyelven betekintést nyújtani az üzleti kapcsolatépítés, valamint a kereskedelem és marketing működési területeibe és feladataiba, bemutatni ezek munkaköreit és pozícióit, és ezeken keresztül a fenti szakterületek jellemző szakszókincsének megismertetése. Fontosabb témakörök: az üzleti kapcsolatépítés lehetőségei, digitális üzleti kommunikáció, kereskedelem és marketing különös tekintettel az ügyfélszolgálat funkcióira és az e-kereskedelemre; információ összefoglalása idegen nyelven.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Csoportmunka, egyéni feladatok, prezentációk, szituációs feladatok, módszertani útmutató az egyes vizsgafeladatok megoldásához, órai csoportos és egyéni gyakorlás, otthoni munka.

Értékelés

Az órákon rendszeres szóbeli és írásbeli számonkérések, valamint a félév során két írásbeli (zárthelyi) dolgozat alapján (6. és 12. hét), beadandó dolgozatok. A Zh-kon a teljesítési szint: 60%. A félév végén gyakorlati jegy.

Kötelező szakirodalom:

David Cotton- David Falvey-Simon Kent-John Rogers: Market Leader Intermediate Flexi Coursebook 1, Longman, 2016, ISBN 10: 1292126108 ISBN 13: 9781292126104

Ian MacKenzie English for Business Studies 3rd Edition Student's Book, A course for Business Studies and Economics students, Cambridge University Press, 2010, ISBN: 9780521743419

Business Result Upper-intermediate, Second Edition, David Grant, Jane Hudson and John Hughes, Oxford University Press, 2017.

Nadja Fügert, Regine Grosser, Claudia Hanke, Viktoria Ilse, Klaus F. Mautsch, Ilse Sander, Daniela Schmeiser: DaF im Unternehmen B1 Klett Verlag 2023 ISBN 978-3-12-676450-6

Csányi Eszter-Magyar Géza: Bevezetés a német üzleti idegen nyelvbe SALDO 2017 ISBN: 978-963-638-528-6

Sümegeiné, Borgulya, Jacob, Mátyás: Wirtschaftskenntnisse auf Deutsch Akadémiai Kiadó 2004 ISBN: 9789630583046

Ajánlott szakirodalom:

David Cotton-David Falvey-Simon Kent – John Rogers: Market Leader upper-intermediate Flexi Coursebook 1, Pearson Education Limited, 2015, ISBN: 1292126124

Simon Sweeney: English for Business Communication 2nd edition, Cambridge University Press, 2010, ISBN- 0521754496

Nagyné Lévay Andrea: Domestic Trade? Foreign Trade? Business English –Differently, KIT Kft, 2011, ISBN:9789636372774

Molnár Judit, Viczena Andrea, Szőke Andrea: 1000 Questions 1000 Answers: Business English, Lexika Tankönyvkiadó, 2010, ISBN: 9639357278

Gabriele Volgnandt-Dieter Volgnandt: Exportwege neu 1 A1-A2 Schubert Verlag 2012 ISBN: 978-3-941323-00-1

Sprenger, Weermann: Wirtschaft auf Deutsch Klett Verlag ISBN 978-3-12-675215-2

Olaszy, Pákozdi: Aktuelle Wirtschaftsthemen OLKA Budapest 2007 ISBN 978-963-06-3684-1

Német gazdasági lapok és folyóiratok: Handelsblatt, Wirtschaftswoche

Blick auf Deutschland, Landeskunde Deutsch als Fremdsprache, S. Kirchmeyer Klett Verlag Stuttgart ISBN 3-12-675442-x

1.	A félév anyagának és követelményeinek ismertetése, a hallgatók beszámolója a félév témakörében történt eddigi magyar nyelvű tanulmányaikról TE: beszédkésztség fejlődése szakmai témakörökről történő társalgás során
2.	Üzleti utazások szervezése, telefonon és írásban TE: tömör mondatyszerkesztés elsajátítása, beszédkésztség, gördülékeny kommunikáció, hallás utáni értés fejlesztése
3.	Üzleti kapcsolatépítés, társasági események az üzleti életben TE: szókincsbővítés, beszédkésztség fejlesztése
4.	Kereskedelmi vásárok, kiállítások, konferenciák (részvétel és szervezés) TE: Prezentációs készségek fejlesztése
5.	Információs technológia a gazdasági életben, digitális üzleti kommunikáció TE: pontos, világos kérdés elsajátítása; szókincsbővítés
6.	1. Zh. TE: Az eddig tanultak ismételése, összegzése és számonkérése
7.	Könyvtárhasználati hét -
8.	A marketing alapjai és területei, szegmentáció, piackutatás, célcsoportképzés, pozicionálás TE: szakmai kifejezések elsajátítása
9.	Globalizáció a termelésben és a kereskedelemben, multinacionális vállalatok. Terméktámogatás TE: szakmai szókincs kialakítása a termelés és kereskedelem területén, szókincsbővítés
10.	Ügyfélkapcsolatok és vevői elégedettség, CRM/ügyfélmenedzsment TE: foglalkoztathatósági készségek fejlesztése idegen nyelven (problémamegoldás, döntéshozatal, kreativitás, stb)
11.	E-kereskedelem (új munkakörök, feladatok) TE: szókincsbővítés
12.	2. Zh TE: a félév második felében tanultak ismételése és tesztelése
13.	Az Európai Unió, Magyarország az EU-ban TE: gyors információkeresés és információk egyszerűsítése, összefoglalása idegen nyelven
14.	Javító zh. Összefoglalás: ellenőrző gyakorlatok, értékelés, javaslatok TE: Ismételés, az elsajátított ismeretek értékelése, fejlődés eszközeinek és módszereinek meghatározása

tantárgy neve:	magyarul:		Statisztika II.				Kódja:	GT_AKMN028-17 GT_AKMNS028-17
	angolul:		Statistics II.					
Felelős oktatási egység:			Statisztika és Módszertan Tanszék					
Kötelező előtanulmány neve:			Statisztika I.				Kódja:	GT_AKMN021-17
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	kollokvium	5	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. habil. Huzsvai László	beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása	

A kurzus célja, hogy a hallgatók a Statisztika I. tárgy ismereteire építve a gazdaság és szervezéstudományok területén használható eljárásokat készség szinten alkalmazni tudják a gyakorlati feladatok megoldása során. Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul <i>Tudás:</i> Elsajátította a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit, birtokában van az alapvető információ-gyűjtési, matematikai és statisztikai elemzési módszereknek. <i>Képesség:</i> A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is. <i>Attitűd:</i> Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. <i>Autonómia és felelősség:</i> Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.	
A kurzus rövid tartalma, témakörei Paraméteres statisztikai próbák, variancia-analízis, korrelációk, regresszió-analízis, idősorok analízise.	
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Az egymásra épülő anyagrészek megértése, alkalmazásuk és begyakorlása érdekében rendszeres otthoni felkészülést kérünk a hallgatóságtól. A félév végi aláírás feltétele a gyakorlatokon való aktív részvétel és az EXCEL táblázatkezelő program felhasználói szintű ismerete. Az előadások látogatása ajánlott, a gyakorlatoké kötelező.	
Értékelés A félév kollokviummal zárul, amely elméleti és gyakorlati részből áll, melyet számítógépes rendszerben teljesítenek a hallgatók. A gyakorlati anyag: feladatmegoldás az Excel táblázatkezelő programban. Az elméleti rész számonkérése számítógépes teszttel történik. A sikeres kollokviumhoz mindkét résznek legalább elégséges szinten kell teljesülnie. A végső minősítést az elméleti és gyakorlati tudás számtani átlaga adja.	
Kötelező szakirodalom: Huzsvai L.: Statisztika gazdaságelemzők részére, Excel és R alkalmazások. Seneca Books, 2012. ISBN 978-963-08-5016-2 Huzsvai L. – Vincze Sz.: SPSS könyv. Seneca Books, 2012. ISBN 978-963-08-5666-9	
Ajánlott szakirodalom: Hunyadi L. – Vita L.: Statisztika I. Aula Kiadó, Budapest, 2008. 1-348. o. Hunyadi L. – Vita L.: Statisztika II. Aula Kiadó, Budapest, 2008. 1-300. o. Hunyadi L. – Vita L.: Statisztikai képletek és táblázatok (oktatási segédlet), Aula Kiadó, Budapest, 2008. 1-51. o. Szűcs I.: Alkalmazott Statisztika Agroiinform Kiadó, Budapest, 2002. 1-551. o.	

Heti bontott tematika	
1.	Matematikai statisztika, hipotézis vizsgálatok. A nullhipotézis és az alternatív hipotézis felírása. . Az átlag és középérték összehasonlító tesztekhez szükséges minimális mintaszám meghatározása. A döntés és az elkövethető hibák, elsőfajú, másodfajú hiba. Egyoldali, kétoldali hipotézisek. Elfogadási, elutasítási tartományok. Kritikus értékek. . Az átlag és középérték összehasonlító tesztekhez szükséges minimális mintaszám meghatározása.
3.	Paraméteres próbák. A paraméteres próbák alkalmazhatósági feltételei. Középérték összehasonlító tesztek. Egymintás z és t-próba. Független kétmintás t-próba. Párosított t-próba. Validálás. Példák kétmintás, két független mintából származó egyoldalú és kétoldalú próbák (várható értékek, arányok, szórásnégyzetek) összehasonlítása különböző mintanagyság és különböző szignifikancia szint mellett.
5.	A t-próba általánosítása. Egy-szemponthus variancia-analízis. ANOVA tábla készítése és

	értelmezése. Az alkalmazás néhány gyakorlati kérdése. Szignifikáns differencia. Példa variancia-analízis alkalmazására. Az ANOVA tábla készítése és értelmezése. Példák hipotézis-ellenőrzések készítése táblázatkezelő programmal. Az eredmények értelmezése és értékelése.
7.	A variancia-analízis alkalmazhatósági feltételei. A validálás menete. Az első és másodfajú hiba meghatározása. A variancia-analízis ereje. Példa variancia-analízis alkalmazására. Az ANOVA tábla készítése és értelmezése. Példák hipotézis-ellenőrzések készítése táblázatkezelő programmal. Az eredmények értelmezése és értékelése.
9.	Összefüggés vizsgálatok I. Korreláció. Szorzatmomentum korreláció: Pearson. Rangkorrelációk: Kendall, Spearman. Példák a különböző korrelációk meghatározásához. Az eredmények értelmezése.
11.	Összefüggés vizsgálatok II. Regresszió-analízis. A regresszió-analízis alkalmazásának feltételei. Példák a regressziós függvények meghatározásához. Az eredmények értelmezése.
13.	Kétváltozós lineáris regresszió. Lineáris korrelációs együttható. Determinációs együttható. Statisztikai következtetések lineáris regresszió alapján (paraméterek tesztelése, regressziós becslések készítése). Interpoláció, extrapoláció. Példa kétváltozós lineáris regresszió számítására, a becsült paraméterek tesztelésére és a szignifikánsnak bizonyuló eredmények értelmezésére.
15.	Többváltozós lineáris regresszió. Parciális regressziós együtthatók tesztelése és értelmezése. Korrelációs index. Példák többváltozós lineáris regresszióra. (Regressziós modell összeállítása, paraméterek becslése, tesztelése, értelmezése. Parciális elaszticitási együttható és értelmezése. Regressziós becslés készítése. Példák táblázatkezelő programmal, többváltozós lineáris regresszió készítésére. Becsült paraméterek tesztelése és értelmezése. Optimális modell előállítása.
17.	A jó modell kritériumai és mérése. Elaszticitás fogalma, mérése. Parciális elaszticitás. Cobb-Douglas függvény. Példák az elaszticitás meghatározásához. A Cobb-Douglas függvény gyakorlati alkalmazása.
19.	Idősorok analízise. Trend, ciklus, szezonális és hiba. Az idősorok dekompozíciója. Az idősorok elemzése átlagokkal (a jelenség átlagos nagysága, az abszolút és relatív változások átlaga). Példa az idősor adatainak átlagolására stock és flow típusú sokaságokra nézve. Példa az átlagos abszolút és az átlagos relatív változás számítására és értelmezésére. (HV I. 5.)
21.	Idősorok analízise. Trend analízis: mozgó átlagolás, analitikus trendszámítás (lineáris regresszió). Példák mozgó átlagok számítására, és az eredeti idősorral együtt történő ábrázolására. Példa lineáris trend számítására és a paraméterek értelmezésére.
23.	Szezonális jellege és mérése. Additív és multiplikatív modellek. Példák a szezonális eltérése és szezonindexek számítására és értelmezésére. Példák extrapoláció készítésére. Számítógépes idősorelemzés készítése, az outputok értelmezése.
25.	Szezonális eltérések és szezonindexek számítása, értelmezése és felhasználása. Szezonális kiigazítás. Extrapoláció. Példák a szezonális eltérése és szezonindexek számítására és értelmezésére. Példák extrapoláció készítésére. Számítógépes idősorelemzés készítése, az outputok értelmezése.
27.	Összefoglalás Gyakorlás a sikeres kollokviumi jegy megszerzése érdekében.

A tantárgy neve:	magyarul:	Környezetgazdaságtan	Kódja:	GT_AKMN029-17, GT_AKMNS029-17	
	angolul:	Environmental Economics			
Felelős oktatási egység:		DE-GTK Ökonómia Intézet			
Kötelező előtanulmány neve:		-	Kódja:		
Típus	Óraszámok		Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
	Előadás	Gyakorlat			

Nappali	X	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős				neve:	Bauerné Dr. Gáthy Andrea		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktatók				neve:			beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgató								
- megismerje a környezetgazdaságtan és ökológiai gazdaságtan alapvető fogalmait; - megismerje a környezetgazdaságtan és ökológiai gazdaságtan környezeti és globális ökológiai problémákra adott válaszait, eszközeit; - képes legyen különbséget tenni a környezeti, társadalmi és gazdasági közelítések között; - képes legyen a környezeti, társadalmi és gazdasági folyamatok kölcsönhatásainak feltárására; - képes legyen ezen kapcsolatokat példákkal illusztrálni.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
- Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan. - Elsajátította a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit, birtokában van az alapvető információ-gyűjtési, matematikai és statisztikai elemzési módszereknek.								
Képesség:								
- Követi és értelmezi a világ gazdasági, nemzetközi üzleti folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzései, javaslatai, döntései során.								
Attitűd:								
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. - Befogadó mások véleménye, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékek iránt (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).								
Autonómia és felelősség:								
- Felelősséggel részt vállal kereskedelmi és marketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában. - Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén. - Előadásokat tart, vitavezetést önállóan végez. Önállóan és felelősséggel vesz részt a gazdálkodó szervezeten belüli és azon kívüli szakmai fórumok munkájában.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
A hallgatók a félév elején megismerik a globális ökológiai problémákat, a környezeti problémákat, és azokat az új fogalmakat, melyeket ezen problémák hívtak életre (pl. nagy felgyorsulás, fordulópont, planetáris határok, eltartóképesség, körforgásos gazdaság, antropocén). Külön foglalkozunk a gazdasági növekedés és a környezeti minőség kapcsolatával. Bemutatásra kerülnek azok az alternatív indikátorok, amelyek a GDP hiányosságait hivatottak kiküszöbölni, s azok is amelyek az ökológiai gazdaságtanhoz kötődnek. A tananyag kitér a környezet monetáris értékelésének lehetőségeire, az externális hatások közgazdasági következményeire. Mindezek ismeretében tárgyaljuk a környezetpolitikai eszközöket (direkt és indirekt szabályozási eszközök; zöld adók, támogatások. A félév zárásaként a fenntartható fejlődés témakörével foglalkozunk.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
Az előadások során konkrét gyakorlati problémák ismertetésén keresztül vezetjük be az általánosabb fogalmakat, modelleket. Az oktatás során építünk a hallgató mikro- és makroökonómiai tudására								
Értékelés								
A vizsga írásbeli. Az írásbeli vizsgán elért eredmény adja a kollokviumi jegyet az alábbiak szerint: 0 - 50% – elégtelen 51 % - 63% – elégséges 64% - 75% – közepes 76% - 86% – jó 87% - 100% – jeles A hallgatónak lehetősége van házi dolgozat készítésére előre megadott és egyeztetett témából. A házi dolgozat minőségétől függően a vizsgán elért legalább elégséges érdemjegy egy jeggyel is javítható.								

Kötelező szakirodalom:

Bartus Gábor – Szalai Ákos (2014): Környezet, jog, gazdaságtan: környezetpolitikai eszközök, környezet-gazdaságtani modellek és joggazdaságtani magyarázatok. Budapest: Pázmány Press: PPKE JÁK, 2014, ISBN 978-963-308-205-8

Ajánlott szakirodalom:

Holczinger N. – Sárvári B. (2025): Fenntartható közgazdaságtan, Oktatói kézikönyv, Budapesti Metropolitan Egyetem, ISBN 978-615-5459-45-0

Kerekes Sándor (2007): A környezetgazdaságtan alapjai. Aula Kiadó, Budapest, ISBN: 978-963-9664-62-3

Szlávik János (2013): Fenntartható gazdálkodás. Wolters Kluwer – Complex Kiadó, Bp., 273 o. ISBN 978-963-9698-25-3

Pataki György – Takács-Sánta András (szerk.) (2004): Természet és gazdaság, Ökológiai gazdaságtan szöveggyűjtemény. Typotex Kiadó, Budapest, ISBN: 9789639548107

Heti bontott tematika

26.	A környezetgazdaságtan tárgya TE: a közgazdaságtan, környezetgazdaságtan és ökológiai gazdaságtan tárgya, módszerei és értékválasztása (1. fejezet)
28.	Jóléti közgazdaságtan és piaci kudarcok TE: a jóléti közgazdaságtan tételeinek megismerése, az externáliák részletes leírása, csoportosítása. (2-3. fejezet)
30.	Piaci kudarcok kezelése: Pigou-i adó és Coase-tétel TE: A piaci kudarcok kezelésének lehetőségeit ismerik meg a hallgatók, a megoldások két szélsőséges alapján keresztül. Ezek ismerete a gyakorlatban előforduló környezetpolitikai eszközök megértésének alapja. (3-4. fejezet)
4.	Természeti erőforrások felhasználásának törvényszerűségei TE: A megújuló és nem megújuló természeti erőforrások felhasználásának motivációi, optimális szintje, és ennek hatása az erőforrás állapotára. (10. fejezet)
5.	A környezet monetáris értékelése TE: teljes gazdasági érték; direkt és indirekt értékelési módszerek. A piacon nem mért érték kapcsolata az externáliákkal. (10. fejezet)
7.	Környezetpolitikai eszközök TE: a környezetpolitikai beavatkozások és az externáliák kapcsolatának ismertetése, a lehetséges eszközök rendszerezése (5. fejezet)
9.	<i>Könyvtárhasználati hét</i>
11.	Adminisztratív szabályozás TE: a magánjogi és a közvetlen szabályozás lehetőségeinek ismertetése (6-8. fejezet)
13.	Gazdasági ösztönzők TE: gazdasági eszközök ismertetése, hatásosságuk összehasonlítása a közvetlen szabályozással (9. fejezet)
15.	A környezet-állapot mérése és a környezeti makromutatók TE: a környezet-állapot mérés nehézségei, az alternatív mutatók megismerése, történeti vonatkozásai, a jelenleg legelterjedtebb makromutatók ismertetése. (11.1. fejezet)
17.	A természeti erőforrások és a gazdasági növekedés TE: a gazdasági növekedés és a környezetállapot kapcsolatának felfogása az elmúlt évtizedekben. Globális környezeti és gazdasági modellek. (11.2. fejezet).
19.	Környezetvédelem és kereskedelem TE: komparatív előnyök elvének felidézése, kereskedelem negatív környezeti hatásai, a kereskedelem környezeti egyenlegének tárgyilagos, kiegyensúlyozott ismerete. (11.3. fejezet)
21.	Fenntartható fejlődés TE: a fenntartható fejlődés fogalma, értelmezési módjai, problémái; az eltartóképesség és a gazdaság lehetséges kölcsönhatásai; tökeelméleti megközelítés (12. fejezet)
23.	Rendszerező áttekintés TE: a félév során tanultak összegzése, szintézise.

A tantárgy neve:		magyarul:		nemzetközi közgazdaságtan		Kódja:	GT_AKMN031-17 GT_AKMNS031-17	
		angolul:		International Economics				
2023/2024. tanév 2. félév								
Felelős oktatási egység:				Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Ökonómia Intézet				
Kötelező előtanulmány neve:				makroökonómia mikroökonómia			Kódja:	GT_AKMN023-17 GT_AKMNS023-17 GT_AKMN016-17 GT_AKMNS016-17
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	N	Heti	2	Heti	2	kollokvium	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Czeglédi Pál		beosztása:	egyetemi tanár
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
megismerjék a nemzetközi közgazdasági elmélet alapvető összefüggéseit. A tárgy keretében a hallgatók megismerik a nemzetközi kereskedelem alapvető elméleteit, a kereskedelempolitika eszközeit, a nemzetközi fizetésekkel kapcsolatos legalapvetőbb összefüggéseket, valamint a jövedelem meghatározódását nyitott gazdaságban.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
Elsajátította a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit								
Képesség:								
A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.								
Attitűd:								
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra								
Autonómia és felelősség:								
Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
A kurzus első fele a tiszta kereskedelem elméletét tekinti át, a második fele a pedig a nemzetközi pénzügyek alapösszefüggéseivel ismerteti meg a hallgatókat. A tiszta kereskedelem elméletével foglalkozó rész tárgyalja a ricardói komparatív előnyök tanát, a nemzetközi kereskedelem sztenderd (neoklasszikus) modelljét, a Heckscher-Ohlin-modellt, illetve a protekcionizmus jóléti hatásait. A nemzetközi pénzügyekre fókuszáló második rész a devizapiac alapfogalmait, a fedezetlen kamatparitás, illetve a vásárlóerő-paritás elméleteit tárgyalja, és megismerteti a hallgatókat a nyitott gazdaság egyszerű makroökonómiai modelljével.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
Előadás, feladatmegoldás, hipotetikus gazdaságpolitikai és egyéb változások hatásának magyarázata a grafikus és matematikai formában felírt modellekben								
Értékelés								
Az aláírás megszerzéséhez kötelező a szemináriumi órákon való jelenlét, maximum 6 óra (három gyakorlat) hiányzás megengedett a félév során a kari TVSz 12 §-nak megfelelően. A vizsga írásbeli. A vizsgán elért eredmény adja a kollokviumi jegyet az alábbiak szerint: 0 - 50% – elégtelen 50,01% - 64% – elégséges 64,01% - 76% – közepes 76,01% - 87% – jó 87,01% - 100% – jeles								
Kötelező szakirodalom:								
Bock Gyula – Mészáros József: Nemzetközi közgazdaságtan. Trimester, Tatabánya, 2006. ISBN: 963-9561-14-2 Bock Gyula – Mészáros József: Nemzetközi közgazdaságtan feladatok gyűjteménye. Trimester, Tatabánya, 2002. (vagy: Bock Gyula: Nemzetközi közgazdaságtan feladatok. Trimester, Tatabánya, 2007.) ISBN: 963-86290-3-7, 978 963 9561 19 9 Bock Gyula – Martin Hajdu György – Réz András – Tóth Ferenc: Nemzetközi közgazdaságtan. Aula Kiadó, Budapest, 2004. ISBN: 9639466646								

Major Klára – Szabó-Bakos Eszter – Szilágyi Katalin: Nemzetközi gazdaságtan feladatgyűjtemény. Panem Könyvkiadó, 2004, Budapest. ISBN: 963-545-404-X
 Czeglédi Pál: Nemzetközi előadásvázlatok. Debreceni Egyetem Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet, Debrecen, 2021. <https://dea.lib.unideb.hu/dea/handle/2437/322147>

Ajánlott szakirodalom:

Paul R. Krugman – Maurice Obstfeld: Nemzetközi gazdaságtan. Elmélet és gazdaságpolitika. Panem Könyvkiadó, 2003, Budapest. ISBN: 963 545 339 6

hét	Heti bontott tematika
1.	Bevezetés: a nemzetközi közgazdaságtan tárgya és legfontosabb kérdései, a zárt és a nyitott gazdaság elemzésének eltérése TE*: A nemzetközi közgazdaságtan fő kérdései. A mikro- és makroökonómiai tudás alkalmazásának szükségessége
2.	A nemzetközi munkamegosztás alapelve: a komparatív előnyök tana. A ricardói modell TE: A komparatív előny fogalmának megértése, a komparatív előny és a kereskedelem szerkezete közötti összefüggés
3.	Csökkenő hozadék a ricardói modellben. A nemzetközi kereskedelem alapmodellje TE: A termelési lehetőségek határa a neoklasszikus feltevések szerint, az autark és a szabadkereskedelem melletti egyensúly kis ország esetén
4.	A Heckscher-Ohlin modell. Leontief paradoxon TE: A tétel megfogalmazása és értelmezése: relatív tényezőellátottság, tényezőintenzitás. Teljesülnek-e a modell predikciói?
5.	A kereskedelempolitika eszközei, TE: A protekcionista eszközök osztályozása, a vám jóléti hatása parciális elemzéssel; a kvóta jóléti hatása parciális elemzéssel.
6.	A protekcionizmus mellett és ellen szóló érvek TE: A protekcionista gazdaságpolitika értékelése
7.	A nemzetközi fizetési mérleg TE: A nemzetközi fizetési mérleg
8.	Devizapiac, árfolyamrezsim TE: Az árfolyammal és a devizapiaci tranzakciókkal kapcsolatos legalapvetőbb fogalmak. A rögzített és a lebegő árfolyamrezsim közötti különbségek, a devizapiaci intervenció szerepe és értelmezése, a gyakorlatban létező árfolyamrezsim-típusok éttekintése
9.	nincs előadás Valutaárfolyam-elméletek: kamatparitás
10.	TE: A deviza mint vagyon eszköz, a kamatparitás mint árfolyamelmélet
11.	Valutaárfolyam-elméletek: vásárlóerő-paritás TE: Az abszolút és a relatív vásárlóerő-paritás mint árfolyamelmélet
12.	Nyitott gazdaság rövid távú egyensúlya I. TE: Rövid távú jövedelemmeghatározódás zárt tőkepiacú nyitott gazdaságban
13.	Nyitott gazdaság rövid távú egyensúlya II. TE: Rövid távú jövedelemmeghatározódás nyitott tőkepiacú nyitott gazdaságban
14.	Nemzetközi pénzügyi rendszer TE: A nemzetközi pénzügyi rendszer fejlődésének négy fő állomása és azok rövid jellemzése

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:	Üzleti szaknyelv III.				Kódja:	GT_AKMNNY4-17	
	angolul:	Basics of Technical Language III.					GT_AKMNSNY4-17	
Felelős oktatási egység:		Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Gazdasági Szaknyelvi Kommunikációs Központ						
Kötelező előtanulmány neve		B1+ szintű általános nyelvtudás				Kódja:		
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti		Heti	4	szigorlat	3	angol/német
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Vajdics Eszter Júlia		beosztása:	nyelvtanár

A kurzus célja, hogy a hallgatók

sikeres állás pályázatát támogassa, valamint jövőbeli, gazdasági, üzleti területen elvárt munkafeladatainak teljesítését segítse. Cél, hogy legalább az Európai Referencia Keret B2 szintjét elérjék mind a négy fő nyelvi készség terén. A B2 szinttel érkező hallgatóknál a három félév teljesítése után C1 az elvárt szint. B2 szinten a nyelvhasználó meg tudja érteni az összetettebb szakszövegek fő mondanivalóját és fontosabb információit. B2 szinten a hallgató képes részletes és világos szövegalkotásra szóban és írásban az elvárt szaknyelvi témakörökben. Ezen célok elérése érdekében a kurzus során a hallgatók megismerkednek a legfontosabb üzleti, gazdasági és pénzügyi szakterületekkel idegen nyelven, és ezeken keresztül elsajátítják a szakterület jellemző szakszókincsét. A szakmai szókincs elsajátítása különböző feladatokon keresztül történik: az alaptankönyv módszeres feldolgozása, valamint aktuális újságcikkek, szövegértések, esettanulmányok, interjúk segítségével. Kiemelt figyelmet kap az esetleges nyelvtani hiányosságok és kiejtési hibák megszüntetése, hogy a hallgató a kurzus után hatékonyan, a kommunikációt zavaró nyelvhasználati hibák nélkül tudjon részt venni a társalgásban általános és szakterületéhez kapcsolódó témákban.

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

A nyelvtanuló rendelkezik a gazdasági, üzleti élet alapvető fogalmainak, szereplőinek, folyamatainak, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével idegen nyelven, azokat be tudja mutatni, képes róluk kérdéseket feltenni és elbeszélgetni, illetve vitatkozni az adott idegen nyelven. Tárgyalóképes nyelvtudással bír a gazdasági, üzleti élet különböző munkafeladataiban, munkahelyi szituációiban. A nyelvtanuló ismeri a pénzügy és a számvitel alapfogalmait, a pénzügyi termékeket és piacokat, a számviteli-információs rendszert, a beszámoló részeit, illetve az azt alátámasztó könyvelési folyamatokat. Idegen nyelven is ismeri a pénzügyi és számviteli összefüggéseket, valamint a legfontosabb pénzügyi és banki szolgáltatásokat, idegen nyelven be tudja mutatni azok előnyeit, hátrányait, rizikóit. Képes gondolatait, ötleteit világosan, precízen, ugyanakkor tömören elmondani idegen nyelven.

Képesség:

A nyelvtanuló képes szakszerű, világos, egyértelmű és hatékony kommunikációra írásban és szóban, mind szakmai, mind laikus közönség felé; a pénzügyi, befektetési, finanszírozási, beruházási döntések előkészítésére, a hitelkérelmek, pénzügyi tervek, pályázatok készítésére, értékelésére, gazdasági mutatók kiszámítására és azokból következtetések levonására. Képes önálló szakirodalmi feldolgozásra idegen nyelven, valamint folyamatosan kommunikál akár anyanyelvű beszédpartnerével, megfelelően használja mind az általános, mind a szaknyelvi lexikát, tud érvelni, véleményt nyilvánítani, állást foglalni.

Attitűd:

A nyelvtanuló a minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, konstruktív, kezdeményező; nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok vállalására. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.

Nyitott a pénzügyeket és számvitelt érintő jelenségek, problémák iránt, elkötelezett a megoldásukat illetően. Folyamatosan törekszik az önképzésre, tudása, ismeretei aktualizálására.

Autonómia és felelősség:

Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan szervezi meg a gazdasági folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Alkalmas önálló munkavégzésre (módszertan, technika kiválasztása; a munka szervezése, tervezése, irányítása; az adatok gyűjtése, rendszerezése, elemzése, értékelése). Munkáját a minőségi munkavégzés jellemzi. Tudatosan vállalja és közvetíti szakmája etikai normáit.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus célja idegen nyelven ismereteket szerezni és átadni a vállalkozások működéséről, számviteli, pénzügyi folyamatáról, valamint az üzleti etika és a környezetvédelem témaköreiről. A hallgatók betekintést szereznek ezen területek feladataiba, munkaköreibe, és ezeken keresztül elsajátítják a fenti szakterületek terminológiáját. Fontosabb témakörök: vállalkozási formák, banki szolgáltatások, számviteli-pénzügyi kimutatások, befektetések, valamint a vállalati etika és a környezetvédelem.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Csoportmunka, egyéni feladatok, prezentációk, szituációs feladatok, módszertani útmutató az egyes vizsgafeladatok megoldásához, órai csoportos és egyéni gyakorlás, otthoni munka.

Értékelés

Az órákon rendszeres szóbeli és írásbeli számonkérések. A félév során két írásbeli (zárthelyi) dolgozat, amely a szigorlat írásbeli részét jelenti, javítási lehetőség a vizsgaidőszak első hetében. A vizsgaidőszakban a szigorlat szóbeli része.

Kötelező szakirodalom:

David Cotton- David Falvey-Simon Kent-John Rogers: Market Leader Intermediate Flexi Coursebook 1, Longman, 2016, ISBN 10: 1292126108 ISBN 13: 9781292126104

Ian MacKenzie English for Business Studies 3rd Edition Student's Book, A course for Business Studies and Economics students, Cambridge University Press, 2010, ISBN: 9780521743419

Business Result Upper-intermediate, Second Edition, David Grant, Jane Hudson and John Hughes, Oxford University Press, 2017.

Nadja Fügert, Regine Grosser, Claudia Hanke, Viktoria Ilse, Klaus F. Mautsch, Ilse Sander, Daniela Schmeiser: DaF im Unternehmen B1 Klett Verlag 2023 ISBN 978-3-12-676450-6

Csányi Eszter-Magyar Gézáné: Bevezetés a német üzleti idegen nyelvbe SALDO 2017 ISBN: 978-963-638-528-6

Sümeginé, Borgulya, Jacob, Mátyás: Wirtschaftskenntnisse auf Deutsch Akadémiai Kiadó 2004 ISBN: 9789630583046

Ajánlott szakirodalom:

David Cotton-David Falvey-Simon Kent – John Rogers: Market Leader upper-intermediate Flexi Coursebook 1, Pearson Education Limited, 2015, ISBN: 1292126124

Simon Sweeney: English for Business Communication 2nd edition, Cambridge University Press, 2010, ISBN- 0521754496

Nagyné Lévy Andrea: Domestic Trade? Foreign Trade? Business English –Differently, KIT Kft, 2011, ISBN:9789636372774

Molnár Judit, Viczena Andrea, Szőke Andrea: 1000 Questions 1000 Answers: Business English, Lexika Tankönyvkiadó, 2010, ISBN: 9639357278

Gabriele Volgnandt-Dieter Volgnandt: Exportwege neu 1 A1-A2 Schubert Verlag 2012 ISBN: 978-3-941323-00-1

Sprenger, Weermann: Wirtschaft auf Deutsch Klett Verlag ISBN 978-3-12-675215-2

Olaszy, Pákozdi: Aktuelle Wirtschaftsthemen OLKA Budapest 2007 ISBN 978-963-06-3684-1

Német gazdasági lapok és folyóiratok: Handelsblatt, Wirtschaftswoche

Blick auf Deutschland, Landeskunde Deutsch als Fremdsprache, S. Kirchmeyer Klett Verlag Stuttgart ISBN 3-12-675442-x

Heti bontott tematika	
1.	A félév anyagának és a szigorlat követelményeinek és feladatainak ismertetése, a hallgatók beszámolója a félév témakörében történt eddigi magyar nyelvű tanulmányaikról. Magyarország gazdasága TE: beszédképesség fejlődése szakmai témakörökről történő társalgás során
2.	Vállalkozások indítása, működése és az azt befolyásoló tényezők TE: olvasott szöveg értésének fejlesztése
3.	Vállalkozási formák Magyarországon és az adott nyelvterületen TE: szókincsbővítés, beszédképesség fejlesztése, összehasonlítások kifejezési lehetőségei
4.	Vállalkozói és lakossági banki, pénzügyi szolgáltatások TE: Érvelések idegen nyelven
5.	Befektetési lehetőségek. A vállalatfinanszírozás alapjai TE: Meggyőzés, bizonyítás kifejezéseinek elsajátítása
6.	Statisztikai alapok, fontosabb matematikai műveletek TE: szókincsbővítés, folyamatok leírása
7.	A jó prezentáció jellemzői, vizualizációs technikák alkalmazása TE: szakmai szókincs kialakítása, prezentációs készség fejlesztése idegen nyelven
8.	Könyvtárhasználati hét -
9.	A vállalatfinanszírozás alapjai. A vállalatvezetés feladatai, szervezeti struktúrák, a vállalati működés funkcionális területei TE: forráskeresés, szókincsbővítés fejlesztése
10.	Vállalatok társadalmi felelősség vállalása TE: vitakészség fejlődése
11.	A gazdasági tevékenység hatása a környezetre TE: problémamegoldás, szókincsbővítés
12.	Etikai kérdések az üzleti életben. Ökonómia, ökológia TE: érvelési és vitakészség fejlesztése, a környezetvédelem, fenntarthatóság szókincsének rögzítése
13.	ZH -
14.	Javító zh. Szigorlati gyakorló feladatok (szóbeli és írásbeli) TE: Az elsajátított ismeretek értékelése, fejlődés eszközeinek és módszereinek meghatározása

*TE tanulási eredmények:

A tantárgy neve:		magyarul:		Gazdasági közjog		Kódja:	GT_AKMN044-17 GT_AKMNS044-17	
		angolul:		Business Public Law				
Felelős oktatási egység:		DE GTK Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet						
Kötelező előtanulmány neve:		-				Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	+	Heti	2	Heti	0	V	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Károlyi Géza		beosztása: egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
megismerkedjenek a gazdasági jog makro szintű szegmensének, az államháztartás rendszerének jogi szabályaival. A félév központi témája az adójog, amellyel a hallgatók elméleti és gyakorlati szinten is megismerkedhet.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
A hallgató olyan alapvető gazdasági-pénzügyi jogi ismereteket sajátít el, melyek révén képes eligazodni a különböző adónemek alapvető anyagi jogi és eljárásjogi sajátosságai között. A kurzus előadásai három fő tématerület köré fókuszálódnak: 1. Az államháztartás alrendszerei: központi és helyi önkormányzati alrendszer felépítése és költségvetése. 2. Az adóigazgatási eljárás, az adókötelezettség eljárási szabályai. 3. Az egyes adónemek: természetes személyek és vállalkozások költségvetési kapcsolatai.								
Képesség:								
Legyen tisztában az államháztartás rendszerszintű felépítésével és kategóriáival, költségvetési jellemzőivel.								
Tudja elhelyezni az egyes adónemeket a költségvetési bevételek megfelelő csoportjában, ismerje tanult adónemek alapvető szabályait (adóalanyok köre, adóalap meghatározása, adómérték, adókedvezmények).								
Legyen képes a természetes személyhez és a cégekhez kapcsolódó egyes adófajták közötti különbségek meghatározására.								
Tudja alkalmazni a gyakorlatban, pl. saját vállalkozás alapítása esetén a vonatkozó adónemek átlátása útján a tantárgy tanulásakor megszerzett ismereteket.								
Attitűd:								
A tantárgy elősegíti, hogy a hallgató megfelelő adójogi tudás birtokában átlássa és elkülönítse a magyar adórendszer tagozódását és lényegét, a munkája során felmerülő alapvető adójogi formákat magabiztosan és megfelelően értelmezni és értékelni tudja, a jogi ismereteit folyamatosan gyarapítsa.								
Autonómia és felelősség:								
A kurzus hozzásegíti a hallgatót ahhoz, hogy a gazdasági szféra jogintézményei körében az általános információkhoz képest egy magasabb szakmai szinten megalapozottan és felelősséggel formáljon véleményt az egyes adónemeket érintő kérdésekben.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
A gazdasági közjog fogalma. Az államháztartás rendszere. Adójogi alapfogalmak, az adózás rendje, adóigazgatási eljárás. A személyi jövedelemadó: összevonás alá eső jövedelmek, külön adózó jövedelmek. Egyéni vállalkozók, mezőgazdasági termelők adózása, járulékfizetése. VSZJA, KATA szerint adózó vállalkozások adózása. Társasági adóalanyok köre, adóalap meghatározása, adókedvezmények. Az általános forgalmi adó, jövedéki adó. Helyi adók. Illetékjog.								

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás, igény szerint konzultáció, joggyakorlat megismerése jogesetek bemutatásán keresztül

Értékelés

A félév során két zárthelyi dolgozat írása, ezek alapján jegymegajánlás történik. Emellett a vizsgajegy írásbeli vizsgán is megszerezhető.

2-es (elégséges) érdemjegy a zárthelyi dolgozatokon: a maximálisan elérhető pontok 50 %-ától.

Kötelező szakirodalom:

Károlyi –Törő (2015): *Természetes személyek és vállalkozások költségvetési kapcsolatai*. Debrecen, Kiadta: Kebo Print Kft.

Ajánlott szakirodalom:

Fézer-Károlyi-Petkó-Törő (2014): *Jogi személyek a gazdasági forgalomban*. Debrecen, Kapitális Kft.

Heti bontott tematika	
1. hét	A gazdasági közjog fogalma, az államháztartás rendszere: a közjogi jogviszony sajátosságai, kógens szabályozás. Az államháztartás alrendszerei: a központi költségvetés megalkotási folyamata, szerkezeti tagolása. A társadalombiztosítási alapok költségvetése. Az elkülönített állami pénzalapok fajtái és költségvetésük. A helyi önkormányzati alrendszer sajátosságai. TE: Ismeri a közjogi szabályozásban érvényesülő kógenca sajátosságait, az államháztartás szerkezetét és az alrendszerek költségvetésének – azaz a bevételi forrásaik és kiadási költségük – alapvető jellemzőit.
2. hét	Adójogi alapfogalmak, az adózás rendje, adóigazgatási eljárás: Az adóügyi jogviszony fogalma, adóalany és adóhatóság, határköri és illetékességi szabályok. Az adók csoportosítása. Az adókötelezettség fogalma, megsértésének jogkövetkezményei. Az adóigazgatási eljárás formái és szabályai, jogorvoslati lehetőségek. TE: Ismeri az adójog által használt alapvető fogalmak jelentését, az adóhatóság által lefolytatható adóigazgatási eljárás szakaszait, a jogorvoslati formákat.
3. hét	A személyi jövedelemadó I.: összevonás alá eső jövedelmek: Szja alanyok köre, adóköteles és adómentes bevételek köre. Az összevonás alá eső jövedelmek kategóriái: önálló tevékenység, nem önálló tevékenység, egyéb tevékenység, átalányban megállapított jövedelem szabályai. Adóalapot csökkentő tételek: családi kedvezmény, első házasságok kedvezménye. TE: Ismeri a természetes személyek szja-köteles jövedelmének kategóriáit, az összevonás alá eső bevételek jövedelem megállapítási szabályait.
4. hét	Szja II. A mezőgazdasági vállalkozások formái és adózásuk: A mezőgazdasági vállalkozók köre: őstermelő és kistermelő fogalma és adózási szabályai. TE: Különbséget tud tenni a mezőgazdasági vállalkozók között és ismeri az adózásuk főbb szabályait.
5. hét	Szja III. Az egyéni vállalkozó adózása: az egyéni vállalkozó fogalma, szja szerinti adózásának két formája: a külön adózó vszja és osztalékadó szabályai, az összevonás alá eső átalányadózás jellemzői. A kata főbb szabályai: adóalanyok köre, adóalap meghatározása. TE: Alapos ismereteket sajátít el az egyéni vállalkozó adózási lehetőségeit illetően, képes elkülöníteni a választható négyféle adónem jellemezőit.
6. hét	Szja IV. Külön adózó jövedelmek az szja-ban: tőkejövedelmek, vagyónátruházásból származó jövedelmek, egyes juttatások és vegyes jövedelmek formái és adózásuk. TE: Részletes ismeretekkel bír a külön adózó egyes jövedelmek formáiról és adózásukról.
7. hét	1. Zárthelyi dolgozat. Középpontban az államháztartás szerkezeti rendje, az adójogi

	alapfogalmak értelmezése, illetve az szja szabályai állnak. TE: Ismeri az adóügyi jogviszony alanyi körét, tartalmi sajátosságait, az adókötelezettség elemeit és a személyi jövedelemadó szabályait.
8. hét	TAO alanyok köre, adóalap meghatározása: A belföldi és külföldi illetőségű TAO alanyok köre. Az adóalapot csökkentő és növelő tételek kategóriái. Az adókedvezmények szabályai. TE: Ismeri a társasági adó alapvető szabályait.
9. hét	TAO és KIVA szerint adózó vállalkozások: A társas vállalkozások által választható két adónem összevetése és értékelése gyakorlati példákon keresztül. TE: Ismeri a cégek jövedelme utáni adózási formákat, el tudja határolni azokat.
10. hét	Az általános forgalmi adó általános szabályai: Az áfa jellemzői, gazdasági tevékenység fogalma. Közösségen belüli termékértékesítés áfa szabályai. Termékexport és import fogalma, adózása. Előzetesen felszámított áfa és fizetendő áfa fogalma. Adólevonási jog korlátozása. TE: Ismeri az áfa elszámolás főbb elemeit, az elszámolandó áfa megállapításának alapvető szabályait.
11. hét	Az általános forgalmi adó: különös adózási módok. Az adómentesség formái és szabályai az áfában. A fordított adózás jelentősége. Különös adózási módok esetei és szabályai. TE: Ismeretekkel bír az egyes gazdasági eseményekhez kapcsolódó áfa szabályok tekintetében.
12. hét	Helyi és települési adók sajátosságai: A helyi adók típusai: vagyoni típusú helyi adók, kommunális adók és iparüzési adók kivetésének főbb szabályai. A települési adók sajátosságai. TE: Ismeri a helyi önkormányzatok által alkalmazható adók két nagy csoportját, el tudja különíteni a helyi és a települési adók fajtáit.
13. hét	Illetékjog: Az illeték fogalma, rendszere: vagyonszerzési illetékek (ingyenes és visszerthes), valamint eljárási illetékek (bíróági és közigazgatási) fajtái. TE: Ismeri az illetékek rendszerét, helyesen használja a fogalmakat és ismeri a főbb szabályokat.
	2. Zárthelyi dolgozat. Középpontban a TAO, az áfa, a helyi adók és az illetékjog főbb szabályai. TE: Alapos ismeretekkel bír az egyes adónemek kategorizálása és főbb szabályai tekintetében, tudja a csoportosítási szempontokat és adott szituációban fel tudja vázolni a választható alternatívákat.

A tantárgy neve:		magyarul:		Üzleti tervezés		Kódja:	GT_AKMN047-17		
		angolul:		Business planning			GT_AKMNS047-17		
Kereskedelem és marketing BSc nappali tagozat (Debrecen, Szolnok)									
Felelős oktatási egység:				DE GTK Gazdálkodástudományi Intézet Üzemtani és Vállalati Tervezés Tanszék					
Kötelező előtanulmány neve:				-		Kódja:	-		
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	0	Heti	2	G	4	magyar	
Levelező	-	Féléves	-	Féléves	-				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Vida Viktória		beosztása:	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók a félév során megismerjék és elsajátítsák az üzleti tervezés lényegét, szükségességét, információsükségletét, szerepét a vállalkozások működésében, illetve gyakorlatorientáltan a tervezői munka részleteit. Ezen túl a hallgatók az oktató iránymutatásai alapján team munkában (3 fő) készítik el egy induló vállalkozás üzleti tervét. A kurzus további célja, hogy szintetizálja és a hallgatók összefüggéseiben átlássák és alkalmazni tudják a kurzust megelőzően lehallgatott és elsajátított kurzusok (mikro- és makroökonómia, pénzügytan, marketing, vállalati gazdaságtan) ismereteit.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
<i>Tudás:</i>									
A végzett hallgató képes a vállalkozások üzleti tervének elkészítéséhez szükséges adatok valósághű előállítására, hasznosítására, stratégiai és taktikai szintű döntések meghozatalára, korszerű tervezési, gazdálkodási eljárások és módszerek alkalmazására, a vállalkozások fejlesztési céljainak megvalósítását szolgáló helyzetfelmérésre és javaslattevésre.									
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, vállalati szintű összefüggéseinek szintetizált ismeretével, a releváns gazdasági funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.									
Elsajátította a vállalkozások üzleti tervezésének alapvető elméleteit, jellemzőit és módszertanát, birtokában van az alapvető információ-gyűjtési és tervezési módszereknek. Ismeri a teamben, munkaszervezetben való együttműködés szabályait és etikai normáit.									
Összefüggéseiben átlátja és érti a vállalati gazdálkodás céljait, alapvető törvényszerűségeit.									
Az üzleti tervezés részeként ismeri és alkalmazni tudja a marketing eszközrendszerét és módszertanát, ismeri annak szerepét a vállalat működésében, valamint annak kapcsolatát a szervezet más folyamataival és funkcióival.									
Ismeri a vállalati gazdálkodás finanszírozási alapelveit, közvetlen és közvetett finanszírozás formáit.									
Elsajátította a gazdálkodáshoz kapcsolódó reál- és pénzügyi folyamatok tervezésének elméleti alapjait és gyakorlatát, az értékelés technikáit.									
<i>Képesség:</i>									
A végzett hallgató képes gazdasági tevékenységet, projektet tervezni és elemezni. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít és döntéseket hoz vállalati szinten.									
Képes a pénzügyi, befektetési, finanszírozási, beruházási döntések előkészítésére, a hitelkérelmek, pénzügyi tervek, pályázatok készítésére, értékelésére. Képes a marketing és értékesítés hosszú- és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.									
<i>Attitűd:</i>									
A végzett hallgató a minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.									
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.									
<i>Autonómia és felelősség:</i>									
A végzett hallgató általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. Önállóan szervezi meg a gazdasági folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Alkalmas önálló munkavégzésre (módszertan, technika kiválasztása; a munka szervezése, tervezése, irányítása; az adatok gyűjtése, rendszerezése, elemzése, értékelése; általános és szakmai fejlődés).									

A kurzus rövid tartalma, témakörei

- Követelményrendszer ismertetése;
- Alapfogalmak;
- Üzleti terv felépítése;
- Azonosító adatok;
- Vezetői összefoglaló;
- A vállalkozás bemutatása;
- Iparági elemzés;
- Termék, szolgáltatás bemutatása;
- Működési (termelési, szolgáltatási) terv;
- Marketing terv;
- Vezetőség, szervezeti felépítés;
- Struktúra és tőkésítés;
- Pénzügyi terv;
- Kockázatbecslés;
- Főbb szakaszok ütemezése;
- Zárthelyi dolgozat; Üzleti terv leadása.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

A hallgatók 3 fős teamekben az adott szak szakterületéhez kapcsolódó üzleti tervet készítenek szabadon választott, de a tantárgyfelelőssel egyeztetett témában. Az üzleti terv legfőbb tartalmi és formai követelményei a tantárgyi programhoz csatolt mellékletben találhatók, amely kiegészül az oktató gyakorlatokon elhangzott előírásaival. A leadási határidő: a szorgalmi időszak utolsó napja. A dolgozat leadása elektronikusan, a kurzus számára létrehozott e-learning felületen keresztül teljesíthető.

A félévi aláírás feltétele: 1) A gyakorlatok rendszeres látogatása a „Tanulmányi és vizsgaszabályzat” ide vonatkozó előírásai szerint. A jelenlét folyamatosan ellenőrzésre kerül. 2) Az oktató útmutatásai szerint elkészítendő üzleti terv tartalmi és formai követelményeknek megfelelő kidolgozása és határidőre történő leadása. Az üzleti terv tartalmi és formai követelményeknek nem megfelelő elkészítése, valamint a határidő be nem tartása a dolgozat visszautasítását és a félévi aláírás megtagadását vonja maga után. Azonnali aláírás megtagadást von maga után, ha a beadott üzleti terv nem a hallgató(k) saját munkájának eredménye, azaz a karon vagy más intézményben korábban benyújtott dolgozattal azonos, vagy részben azonos dolgozatot nyújt(anak) be. 3) Az elégséges szinthez szükséges minimumkövetelmények teljesítése (lásd Értékelés).

A zárthelyi dolgozatban szereplő elméleti kérdések és gyakorlati feladatok a kurzus témakörökből kerülnek megfogalmazásra, igaz-hamis kérdések, rövid definíciójellegű kérdések, kifejtendő kérdések, valamint számítási feladatok formájában.

Értékelés

A félév gyakorlati jeggyel zárul. A gyakorlati jegybe beleszámít egyrészt az előírások alapján elkészített és határidőre beadott és prezentált üzleti terv (házi dolgozat) eredménye (max. 20 pont), másrészt a szorgalmi időszak végén megírt zárthelyi dolgozat eredménye (max. 50 pont). Az üzleti terv eredményét annak szakmai minősége, a szöveges részek szakszerűsége, valamint az abban szereplő adatok számszaki pontossága határozza meg. A házi dolgozat (üzleti terv) javítására a beadást követően nincs lehetőség. A zárthelyi dolgozat kétszer pótolható/javítható. A félév akkor tekinthető sikeresnek, ha mind a beadott üzleti terv, mind a zárthelyi dolgozat sikeresnek ítéltető (külön-külön legalább 60%-os teljesítmény, ZH esetén legalább 30 pont, házi dolgozat esetén legalább 12 pont).

Ponthatárok:	0-41 pont (0-59%)	(1)
	42-48 pont (60-69%)	(2)
	49-55 pont (70-79%)	(3)
	56-62 pont (80-89%)	(4)
	63-70 pont (90-100%)	(5)

Kötelező szakirodalom:

- A félév során elhangzott és kiadott anyagok;
- Szöllősi L. – Szűcs I.: Az üzleti tervezés alapjai. Debreceni Egyetem, Debrecen, 2015.
- Nábrádi A. – Pupos T. (Szerk.): A stratégiai és üzleti tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház Zrt., Budapest, 2010.
- Szöllősi L. – Kovács K. – Vida V.: Az üzleti tervezés alapjai – munkafüzet. Debreceni Egyetem, Debrecen, 2019.

Ajánlott szakirodalom:

- Nagy L. – Szűcs I. (Szerk.): Gyakorlati alkalmazások – Az üzleti tervezés gyakorlata. Campus Kiadó, Debrecen, 2004.
- Nábrádi A. – Nagy A. (Szerk.): Vállalkozások működtetése az Európai Unióban. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2007.

- Bálint J. – Ferenczi T. – Szűcs I. (Szerk.): Üzleti tervezés, HEFOP BSc elektronikus tananyag, DE AMTC AVK, 2006.
- Eric S. Siegel – Brian R. Ford – Jay M. Bontsein: Üzleti terv kalauz. CONEX Kft, Budapest, 1996.
- Kresalek P.: Tervezés a vállalkozások gyakorlatában. Perfekt Rt. Budapest, 2003.

Heti bontott tematika	
1.	Követelményrendszer ismertetése; Alapfogalmak; TE*: Ismeri a tervezéssel kapcsolatos alapvető fogalmakat, a különböző terveket, azok sajátosságait és azok közötti alapvető összefüggéseket.
2.	Alapfogalmak; Üzleti terv felépítése; TE: Ismeri az üzleti tervek készítésének alapvető céljait, célrendszerét, a tervezés főbb folyamatait, a szükséges információkat és azok forrásait, képes üzleti koncepciókat megfogalmazni és ismeri az üzleti tervek főbb tartalmát, felépítését.
3.	Azonosító adatok; Vezetői összefoglaló; A vállalkozás bemutatása; A stratégiai tervezés alapvető összefüggései; TE: Ismeri a vezetői összefoglaló készítésének alapvető szakmai és tartalmi elemeit. Ismeri a stratégiai tervezés alapvető módszertani és szakmai kérdéseit, képes hosszú vállalati távú víziót, missziót és stratégiai célokat megfogalmazni és ezekhez középtávú célokat, akciókat rendelni. Ismeri egy már működő, vagy induló vállalkozás tényszerű bemutatásának tartalmi és szakmai elemeit.
4.	Iparági elemzés; TE: Ismeri az ágazati / iparági elemzés legfőbb szakmai és módszertani kérdéseit, képes szekunder adatokat összegyűjteni és azok alapján bemutatni egy iparágat, amelyből kiindulva megállapításokat és következtetéseket tesz a tervezett vállalkozás iparágon belüli helyzetére vonatkozóan.
5.	Termék, szolgáltatás bemutatása; TE: Ismeri az üzleti koncepció tárgyát képező termék / szolgáltatás és ehhez kapcsolódó piaci igény bemutatásához szükséges szakmai kérdéseket. Képes ezekhez kapcsolódó adatokat gyűjteni és feldolgozni.
6.	Működési (termelési, szolgáltatási) terv; Részbeadás; TE: Ismeri a működési tervben megválaszolandó szakmai kérdéseket. Képes összeállítani és szakmailag átlátni egy adott termelő / szolgáltató / kereskedelmi tevékenység reálfolyamatait. Képes beazonosítani és számszakilag meghatározni az üzleti koncepció megvalósításához szükséges erőforrásokat (befektetett- és forgóeszközök) és azok mennyiségét.
7.	Marketing terv I.; TE: Ismeri a marketing tervben megválaszolandó szakmai kérdéseket és annak során alkalmazandó módszereket (PEST, SWOT, Porter-féle öttényezős modell). Ez alapján képes önálló adatgyűjtésre és marketing helyzetkép összeállítására.
8.	Marketing terv II.; TE: Képes marketing célkitűzések megfogalmazására és ehhez kapcsolódóan a marketing stratégia kidolgozására. Ismeri a piacszegmentálás, a célpiac meghatározás, a célpiaci marketingstratégiák, az árképzés és az eladásösztönzés, valamint a marketing költségvetés összeállításának alapvető szakmai kérdéseit és összefüggéseit.
9.	Vezetőség, szervezeti felépítés; Struktúra és tőkésítés; TE: Képes a működési tervben levezetett humánerőforrás igény kielégítéséhez / biztosításához kapcsolódó humánerőforrás politika és stratégia kidolgozására és bemutatására. Ismeri a vállalati gazdálkodás finanszírozási alapelveit, közvetlen és közvetett finanszírozás formáit. Képes döntéseket hozni a külső források bevonását illetően, ismeri azok előnyeit és hátrányait. Be tudja mutatni számszakilag egy finanszírozási döntés pénzügyi hatásait, le tudja vezetni azok jövőbeli pénzáramait.
10.	Pénzügyi terv I.; TE: Ismeri a vállalkozási tevékenység pénzügyi folyamatainak bemutatására szolgáló kimutatásokat, az azok elkészítéséhez szükséges adatokat, módszereket és a reálfolyamatokkal való összefüggéseket. Képes összeállítani a vállalkozás árbevételi tervét, különböző bontású költségtervét, eredménytervét. Képes ezek szakmai értékelésére, elemzésére. Ismeri a mérlegterv összeállításának szakmai és módszertani összefüggéseit. Képes a pénzforgalmi terv összeállítására és szakmai értékelésére.
11.	Pénzügyi terv II.; TE: Ismeri a pénzügyi terv adatainak elemzéséhez használt módszereket és mutatókat: fedezeti pont elemzés, beruházás-gazdaságossági elemzés (nettó jelenérték, belső megtérülési ráta, jövedelmezőségi index, diszkontált megtérülési idő), pénzügyi mutatószámok (vagyon-, pénzügyi- és jövedelmezőségi mutatók). Képes az elemzések alapján döntést előkészíteni és

	döntést hozni egy üzleti ötlet megvalósíthatóságát illetően.
12.	Kockázatbecslés; Főbb szakaszok ütemezése; TE: Ismeri a gazdálkodási tevékenység során felmerülő kockázatok formáit, típusait, azok hatásainak kivédésére vagy csökkentésére alkalmazható általános eszközöket, módszereket. Ismeri a kockázatok számszaki kimutatására és elemzésére használható módszerek közül az érzékenységvizsgálatokat. Képes elvégezni a teljes üzleti terv reál- és pénzügyi folyamatainak kritikus-érték és szcenárió-elemzését. Képes összefüggéseiben átlátni és időben ütemezni az üzleti koncepció megvalósításához szükséges feladatokat.
13.	Zárthelyi dolgozat (ZH); Konzultáció; TE: Elméleti és gyakorlati feladatok formájában számot ad a félév során elsajátított ismereteiről.
14.	Üzleti terv leadása; Prezentációk. TE: A házi dolgozat (üzleti terv) elkészítése során team munkában képes lesz együttműködni társaival, ötleteket megosztani egymás között, s gyakorlati példán keresztül megtapasztalja és gyakorlatot szerez egy induló vállalkozás üzleti koncepciójának kidolgozásában. A prezentáció eredményeként képes lesz a lényegkiemelésre és a legfontosabb összefüggések bemutatására. Fejlődik előadó- és vitakészsége.

*TE tanulási eredmények

Az üzleti terv tartalmi és formai követelményei

Az üzleti terv előírt felépítése, tartalmi követelményei:

Fedőlap

Tartalomjegyzék

1. Azonosító adatok
2. Vezetői összefoglaló
3. A vállalkozás bemutatása
4. Iparági elemzés
5. A termék, szolgáltatás bemutatása
6. Működési (termelési / szolgáltatási) terv
7. Marketing terv
8. Vezetőség, szervezeti felépítés
9. Struktúra és tőkésítés
10. Pénzügyi terv
11. Kockázatbecslés
12. Főbb szakaszok ütemezése

Mellékletek

Követelmény, hogy minden egyes fejezet az oktató gyakorlatokon elhangzott iránymutatásai szerint, a témának megfelelő részletezettséggel kerüljön kidolgozásra. Az üzleti terv hiányos tartalommal (hiányzó fejezet) történő leadása a dolgozat visszautasítását és a félévi aláírás megtagadását vonja maga után.

Az üzleti terv formai követelményei:

- Terjedelem: legalább 35 oldal;
- Times New Roman, 12 betűméret, 1,5 sortáv, margó: körben 2,5 cm;
- Oldalszámozás a lap alján, középen;
- A táblázatok és ábrák szerkesztésére, valamint egyéb formai előírásokra a diplomadolgozatok formai követelményei az irányadóak;
- A dolgozat leadása elektronikusan teljesíthető, amely magában foglal három file-t:
 - 1) Az üzleti terv 1 db Word dokumentumban (*.doc, *.docx);
 - 2) Az üzleti tervben bemutatott számadatokat és háttérszámításokat tartalmazó 1 db Excel dokumentum (*.xls, *.xlsx);
 - 3) Prezentáció (*.ppt)

Az üzleti terv tartalmi és formai követelményei

Az üzleti terv előírt felépítése, tartalmi követelményei:

Fedőlap

Tartalomjegyzék

13. Azonosító adatok
14. Vezetői összefoglaló
15. A vállalkozás bemutatása
16. Iparági elemzés
17. A termék, szolgáltatás bemutatása
18. Működési (termelési / szolgáltatási) terv
19. Marketing terv
20. Vezetőség, szervezeti felépítés
21. Szektori és tőkésítés
22. Pénzügyi terv
23. Kockázatbecslés
24. Főbb szakaszok ütemezése

Mellékletek

Követelmény, hogy minden egyes fejezet az oktató gyakorlatokon elhangzott iránymutatásai szerint, a témának megfelelő részletezettséggel kerüljön kidolgozásra. Az üzleti terv hiányos tartalommal (hiányzó fejezet) történő leadása a dolgozat visszautasítását és a félévi aláírás megtagadását vonja maga után.

Az üzleti terv formai követelményei:

- Terjedelem: legalább 35 oldal;
- Times New Roman, 12 betűméret, 1 (szimpla) sortáv, margó: körben 2,5 cm;
- Oldalszámozás a lap alján, középen;
- A táblázatok és ábrák szerkesztésére, valamint egyéb formai előírásokra a diplomadolgozatok formai követelményei az irányadóak;
- A dolgozat leadása elektronikusan teljesíthető, amely magában foglal három file-t:
 - 1) Az üzleti terv 1 db Word dokumentumban (*.doc, *.docx);
 - 2) Az üzleti tervben bemutatott számadatokat és háttérszámításokat tartalmazó 1 db Excel dokumentum (*.xls, *.xlsx);
 - 3) A prezentáció ppt diaanyaga (*.ppt);

A tantárgy neve:		magyarul:		Gazdasági magánjog				Kódja:	GT_AKMN008-17 GT_AKMNS008-17		
		angolul:		Business Civil Law							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-		
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	+	Heti	2	Heti	0	V		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Károlyi Géza		beosztása:	egyetemi docens		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
megismerkedjenek a gazdasági szféra alanyainak alapítási és működési sajátosságaival, amelynek keretében elsősorban az egyéni és társas vállalkozások létrehozásának személyi és vagyoni feltételeit, valamint szervezeti felépítésük és működésük jellemzőit sajátíthatják el. A kurzus betekintést ad a kereskedelmi szerződések, valamint a tulajdonjog alapvető szabályaiba is.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
A hallgató olyan alapvető gazdasági jogi ismereteket sajátít el, melyek révén képes eligazodni a különböző vállalkozási formák alapvető sajátosságai között. A kurzus előadásai három fő tématerület köré fókuszálódnak: 1. A gazdálkodó szervezetek, cégek típusai, a gazdasági társaságok alapításának, működésének és megszűnésének közös anyagi jogi és eljárásjogi szabályai. 2. Az egyes vállalkozási formák specifikumai. 3. A polgári jogi szerződések alapvető szabályai.											
Képesség:											
Legyen tisztában az egyéni és társas vállalkozási formák típusaira jellemző speciális sajátosságokkal, az általuk történő tulajdonszerzés és szerződéskötés alapvető szabályaival.											
Tudja elhelyezni a gazdálkodó szervezetek és a nonprofit szféra alanyai között a tanult szervezeti formákat, ismerje az elhatárolási szempontjaikat.											
Legyen képes a cégekhez kapcsolódó alapítási és megszüntetési eljárások elkülönítésére, azok alapvető céljainak felismerésére.											
Tudja alkalmazni a gyakorlatban, pl. saját vállalkozás alapítása és működtetése esetén a tantárgy tanulásakor megszerzett ismereteket.											
Attitűd:											
A tantárgy elősegíti, hogy a hallgató megfelelő társasági jogi és cégjogi tudás birtokában átlássa és elkülönítse a gazdasági szféra alanyainak körét, a munkája során felmerülő alapvető jogintézményeket (társaságalapítás, tulajdonszerzés, szerződéskötés) magabiztosan és megfelelően értelmezni és értékelni tudja, a jogi ismereteit folyamatosan gyarapítsa.											
Autonómia és felelősség:											
A kurzus hozzásegíti a hallgatót ahhoz, hogy a gazdasági szféra jogintézményei körében az általános információkhoz képest egy magasabb szakmai szinten megalapozottan és felelősséggel formáljon véleményt a vállalkozási formákat érintő kérdésekben.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
Jogi alapfogalmak, közjog-magánjog elkülönítése. Állami szervek rendszere. A gazdasági élet alanyai (jogképes, cselekvőképesség- jogi személyek). A természetes személy vállalkozási tevékenysége. A gazdasági társaságok közös szabályai. A gazdasági társaságok alapítása. A gazdasági társaságok szervezeti felépítése. A közkereseti társaság és a betéti társaság jellemzői. A korlátolt felelősségű társaság és a részvénytársaság jellemzői, a részvény. Egyéb jogi személy szervezetek (szövetkezet, civil szervezetek). A jogi személyek megszűnése, megszüntetése. A											

végelszámolási eljárás. A csőd- és felszámolási eljárás sajátosságai. A polgári jogi szerződések általános szabályai.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás, igény szerint konzultáció, joggyakorlat megismerése jogesetek bemutatásán keresztül

Értékelés

A félév során két zárthelyi dolgozat írása, ezek alapján jegymegajánlás történik. Emellett a vizsgajegy írásbeli vizsgán is megszerezhető.

2-es (elégséges) érdemjegy a zárthelyi dolgozatokon: a maximálisan elérhető pontok 50 %-ától.

Kötelező szakirodalom:

TÖRŐ Emese (2019): *A vállalkozások jogi ismeretei*. Debreceni Egyetem. Debrecen, ISBN: 978-963-490-127-3

TÖRŐ Emese (2019): *A vállalkozások jogi ismeretei munkafüzet*. Debreceni Egyetem. Debrecen, ISBN:978-963-490-126-6, <https://elearning.unideb.hu/course/view.php?id=2268#section-6> jelszó: efop343

KÁROLYI – PRUGBERGER – TÖRŐ – HELMECZI (2015): *Gazdasági magánjog*. Debrecen, Státusz H és H Kkt., ISBN: 978-963-12-1142-9

Ajánlott szakirodalom:

FÉZER-KÁROLYI-PETKÓ-TÖRŐ (2014): *Jogi személyek a gazdasági forgalomban*. Budapest, Menedzser Praxis Szakkiadó és Gazdasági Tanácsadó Kft., ISBN: 978-963-89986-8-2

Heti bontott tematika	
1. hét	A jogi alapfogalmak, közjog-magánjog elkülönítése: jogforrási rendszer felépítése, jogszabályok és az állami irányítás egyéb jogi eszközei. Jogforrási hierarchia, jogalkotási folyamat. Jogrendszer tagozódása: diszpozitív magánjog – kógens közjog. TE: Ismeri a magyar jogrendszer alapvető felépítését, a jogszabályok típusait és egymáshoz való viszonyukat. Ismeri a két fő szabályozási modellt: a diszpozitív magánjogi rendelkezések és a kógens közjogi szabályozás alapvető szabályait.
2. hét	Állami szervek rendszere. A hatalmi ágak szétválasztása, hatalommegosztás. Országgyűlés, köztársasági elnök, kormány, minisztériumok feladat- és hatásköre. Alkotmánybíróság, bíróság, ügyészség, ombudsman intézménye, helyi önkormányzatok. TE: Ismeri a törvényhozó, végrehajtó és igazságszolgáltató hatalmi ágak intézményrendszerét, alapvető működését és funkcióit.
3. hét	A gazdasági élet alanyai (jogképeség, cselekvőképesség, jogi személyek). Jogalanyok köre – személyek joga – jogképeség. A természetes személyek jogképesége és cselekvőképessége. A jogi személy fogalmi ismérvei. TE: Ismeri a jogalanyok körét, azok jogképeségének sajátosságait, a természetes személyek cselekvőképességét korlátozó és kizáró tényezőket.
4. hét	A természetes személy vállalkozási tevékenysége: Egyéni vállalkozás alapítása és működtetése, az egyéni cég sajátosságai. A mezőgazdasági vállalkozók köre, vállalkozó igazolvány nélküli „speciális vállalkozások” típusai, ismérvei TE: Ismeri a kizárólag magánszemélyhez köthető vállalkozási formák formáit, különbséget tud tenni azok jogi keretei között.
5. hét	A gazdasági társaságok közös szabályai. A gazdasági társaságok alapítása: a társasági

	jog alapelvei, a társasági szerződés tartalmi sajátosságai. A cégbejegyzési eljárás fajtái, szakaszai. Az előtársaság funkciója. TE: Alapos ismereteket sajátít el a gazdasági társaságok alapításának anyagi és eljárásjogi szabályozásával kapcsolatban, cégalapítás esetén ismeri a legfontosabb tudnivalókat, közreműködő személyeket, hatóságokat.
6. hét	A gazdasági társaságok szervezeti felépítése: legfőbb szerv működési szabályai, hatásköre, összehívása. A vezető tisztségviselő jogállása, feladata, felelőssége. Az ellenőrző szervek (felügyelőbizottság, könyvvizsgáló) kötelező esetei, feladatuk. TE: Részletes ismeretekkel bír a társaságoknál kötelező jelleggel működő szervek formáiról, valamint az opcionálisan létrehozható szervezetek jelentőségéről.
7. hét	1. Zárthelyi dolgozat. Középpontban a jogalanyokhoz kapcsolódó alapfogalmak (jogképesség, cselekvőképesség, cég, gazdasági társaság) értelmezése, illetve az egyéni vállalkozás működési sajátosságai, a gazdasági társaságok közös szabályai. TE: Ismeri a Magyarországon létrehozható vállalkozási formák típusait és működésükre vonatkozó közös szabályokat.
8. hét	A közkereseti és a betéti társaság sajátosságai. A kkt. és a bt. alapításának alanyi és vagyoni feltételei. A tagok személye és felelőssége. A kkt. és bt. szervezeti felépítésének specifikumai. A tagsági viszony megszüntetésének formái. TE: Ismeri a vizsgált két társasági forma választásának legfontosabb ismérveit, el tudja határolni más vállalkozási formáktól.
9. hét	A korlátolt felelősségű társaság és a részvénytársaság jellemzői, a részvény. A kft. alapításának alanyi és tárgyi feltételei, törzstőke, törzsbetét, üzletrész fogalmi sajátosságai. Tagok köre, felelőssége, jogállása. Mellékszolgáltatás és pótbefizetés jellemzői. Taggyűlés és ügyvezető működési sajátosságai. A zrt. és az nyrt. elhatárolása, szilárd alaptőke elve, részvényes személye és felelőssége. A részvény fogalma, részvényfajták. Monista és dualista irányítás. Corporate governance követelménye. TE: Ismeri a kft. és az rt. működési sajátosságait, alapításának előnyeit és hátrányait, tisztában van a részvény értékpapírsági sajátosságaival.
10. hét	Egyéb jogi személy szervezetek (szövetkezet, civil szervezetek) A szövetkezet fajtái, a szociális szövetkezet. Részjegy - részjegytőke sajátosságai, változó alaptőke elve. Az alapítvány célja, működése, kuratórium. Egyesület fogalma és működése. TE: Ismeri a profitorientált vállalkozási formák közül a gazdasági társaságok mellett a szövetkezet jellemzőit, illetve a nonprofit szféra alanyait és céljait.
11. hét	A jogi személyek megszűnése, megszüntetése. A végelszámolási eljárás. A csőd- és felszámolási eljárás sajátosságai. A gazdasági társaságok jogutódlással való megszűnése, az átalakulás formái (egyesülés, szétválás, cégformaváltás) és folyamata. A jogutód nélküli megszűnési formák, a végelszámolás alapvető sajátosságai. A fizetéseképtelenségi eljárások elkülönítése, a csőd- és a felszámolási eljárás alapvető szakaszai. TE: Ismeretekkel bír a társaságok megszűnési formái tekintetében, el tudja különíteni a fizetőképesség és a fizetéseképtelenség esetén lefolytatandó eljárásokat.
12. hét	A polgári jogi szerződések általános szabályai I. : A szerződés fogalma, alanya, tárgya, megkötésének folyamata. A szerződésszegés esetei és jogkövetkezményei. TE: Ismeri a szerződéskötés általános szabályait, valamint a késedelem és a hibás teljesítés eseteit és jogkövetkezményeit.
13. hét	

	A polgári jogi szerződések általános szabályai II.: A szerződési biztosítékok köre és alkalmazásuk célja, funkciója. TE: Ismeri a foglaló, zálogjog, kötbér és kezesség alkalmazási szabályait.
	2. Zárthelyi dolgozat. Központban az egyes gazdasági társaságokra vonatkozó speciális sajátosságok, a tulajdonjog és a szerződéskötés alapvető szabályai. TE: Alapos ismeretekkel bír az egyes gazdasági társaságok elhatárolási sajátosságairól, az alapítás személyi és vagyoni különbségeiről, a tagok felelősségéről. Ismeri a megszüntetési és a fizetéseképtelenségi eljárások (végelszámolás, felszámolás, csődeljárás) alapvető jellemzőit.

A tantárgy neve:		magyarul:		EU ismeretek		Kódja:	GT_AKMN010-17		
		angolul:		EU Studies			GT_AKMNS010-17		
Felelős oktatási egység:				Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K	3	magyar	
Levelező	-	Féléves	-	Féléves	-				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr.Tóké Tibor		beosztása:	egyetemi docens
A kurzus célja, hogy az alapképzésben résztvevő hallgatók megismerkedjenek az Európai Unió kialakulásával, történetével, intézményrendszerével, működésével. Cél még annak elérése, hogy a hallgatók később a gyakorlatban is képesek legyenek ezen ismeretek alapján eligazodni az Európai Unióval kapcsolatos történetekben, emellett képesek legyenek a felmerülő problémákat értelmezni, elemezni, azokról önálló véleményt alkotni									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
<i>Tudás:</i> A közgazdász-jelölt a stúdium sikeres teljesítése után rendelkezik az Európai Unióhoz kapcsolódó alapvető fogalmak, elméletek, tények, ismeretével, elsajátította az EU-val kapcsolatos szaknyelvet, az integrációval és annak intézményrendszerével kapcsolatos legfontosabb összefüggéseket. Ismeri az Unióval kapcsolatos legfontosabb történelmi eseményeket az intézményrendszer kialakulását és működését. Ismeri az EU bővítésével kialakult kihívások során felmerült problémákat, és azok megoldásait. Tisztában van az intézményrendszer átalakításával és fejlődésével összefüggő tényekkel, problémákkal és az azokra adott válaszok sikerességével.									
<i>Képesség:</i> Az elsajátított alapismeretek segítségével képes tájékozódni az integrációval kapcsolatos folyamatokban értékelni és elemezni azokat. A tanult elméletek és ismeretek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg az integrációval illetve annak fejlődésével kapcsolatban. Követi és értelmezi az EU-val kapcsolatos legfontosabb világgazdasági, nemzetközi folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns, kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzései, javaslatai, döntései során.									
<i>Attitűd:</i> Tevékenysége során képes az EU-val kapcsolatos változások illetve újdonságok befogadására illetve szakterületébe való beépítésére. Törekszik az elsajátított ismeretek figyelembevételére illetve a szakterületéhez szükséges az integrációval kapcsolatos információk figyelemmel kísérésére és ezen információk fölhasználására.									
<i>Autonómia és felelősség:</i> Önállóan képes az elsajátított ismeretek alapján az Európai Unióval kapcsolatos véleményalkotásra. Döntései későbbi munkája során ezeket az ismereteket felhasználja illetve képes azokat önállóan fölhasználni szakterületével kapcsolatban.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei Integrációs alapismeretek: a világgazdasági integrációk kialakulása, története, jelentősége, integrációkkal kapcsolatos alapfogalmak. Az Európai Integráció története: az EU kialakulása és fejlődése a kezdetektől napjainkig. Integrációs törekvések Európában 1945 előtt. Az Európai Közösségek megalakulása: ESZAK, EGK, EURATOM, 1945-1957. Az EK története 1957-től az első bővítésig. Az EK története 1973-tól a Maastrichti Szerződésig. Az EU 1993 és 2004 között. A megabővítéstől napjainkig tartó időszak eseményei. Az EU intézményrendszere. Az egységes belső piac. A GMU kialakítása. Regionális politika és CAP. Kül- és biztonságpolitika, bel és igazságügyi együttműködés, és a Schengeni Acquis. Bővítéspolitika, reformfolyamat az EU-ban, az integráció jövője. Az Európai Unió és Magyarország									

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

A félév során a témával kapcsolatban hallgatók számára 14 előadás megtartására kerül sor, az előadásokból készült anyagokat hallgatók a félév során megkapják, azokat a félév során a szakirodalmakkal együtt felhasználhatják a felkészüléshez.

Értékelés

A félév írásbeli vizsgával zárul. A hallgatók ezen a vizsgán adnak számot a félévben megszerzett tudásukról.

Az érdemjegy megállapítása: 0-50% elégtelen (1), 51-63% elégséges (2), 64-76% közepes (3), 77-88% jó (4), 89-100% jeles (5)

Kötelező szakirodalom:

Az előadáson elhangzottak, illetve az azokon kiadott anyagok

Horváth Zoltán (2011): Kézikönyv az Európai Unióról. 8. kiadás, HVG-Orac Kiadó, Budapest, p. 684. ISBN 978 963 258 129 3 (a könyvből a fenti témákat lefedő fejezetek)

Ajánlott szakirodalom:

Kende Tamás – Szűcs Tamás (2005)(szerk.): Bevezetés az Európai Unió politikáiba. Complex Kiadó, Budapest, p.1359, ISBN 963 224 848 1

Kengyel Ákos (2010): Az Európai Unió közös politikái, Akadémiai Kiadó, Budapest, p.555. ISBN 978 963 05 8748 8

Palánkai Tibor: Az európai integráció gazdaságtana. Aula Kiadó, 2004, p. 502, ISBN: 9639478903

Heti bontott tematika	
1.	Integrációs Alapismeretek TE: A hallgatók az előadás során megismerkednek az integráció alapfogalmaival.
3.	Az Európai Unió története I. Előzmények-Alapszerződések TE: Az előadás során bemutatásra kerülnek az Európa egyesítésére tett történelmi próbálkozások illetve az egységes Európa gondolata. Bemutatásra kerül az EU alapszerződéseinek kialakulása, a hallgatók megismerik az alapszerződéseket (ESZAK, EGK, EURATOM) és képesek eligazodni azokkal kapcsolatban.
5.	Az Európai Unió története II. Az 1960-as évektől 1993-ig TE: A hallgatók megismerik az Unió 1960 és 1993 közötti történetét. Az első időszak sikereitől a bővítéssel illetve az olajválságokkal kapcsolatos nehézségektől az első szerződésmódosításon át a Közösség egységes belső piacának megteremtéséig, azaz az Európai Unió kialakításáig.
7.	Az Európai Unió története IV. Az 1990-es évek és az új évezred TE: A kilencvenes évek folyamatai új kihívások elé állították az Uniót, megtörtént a keleti nyitás, a szerződések több sikeres vagy éppen sikertelen reformja, Magyarország belép a közösségbe. Az előadás után a hallgatók átláthatják az EU-val kapcsolatos reformfolyamatot és a 90-es évek átalakulását
9.	Az Európai Unió intézményrendszere I. A Tanács, a Bizottság és a Parlament. A Bíróság, a Számvevőszék, Régiók Bizottsága, Gazdasági és Szociális Bizottság, Európai Beruházási Bank, A Központi Bankok Európai Rendszere és az Európai Központi Bank, Európai Ombudsman, Europol, Európai Közösségi Ügynökségek TE: Az előadás során a hallgatók megismerik EU intézményeit és azok szerepét a jogalkotásban és a döntéshozatalban
11.	Az Európai Unió intézményrendszere II. Döntéshozatali eljárás az Európai Unióban TE: A hallgatók az előző előadásra alapozva az előadás után képesek átlátni az EU döntéshozatalát az egyes jogalkotási eljárásokat
13.	Az Európai Unió közös belső piaca és a négy alapszabadság A gazdasági és monetáris unió, EGT TE: A hallgatók az előadás után tisztában lesznek az egységes belső piac működésével, alapelveivel valamint a gazdasági és monetáris unió kialakulásával és működésével
15.	Az Európai Unió Regionális Politikája TE: Az előadás után a hallgatók átláthatják a gazdasági-társadalmi-területi kohézió politikáját és annak folyamatait
17.	Az Európai Unió Közös Agrárpolitikája Az Európai Unió Vidékfejlesztési politikája TE: Az előadás után a hallgatók átláthatják az Unió Közös Agrár- és Vidékfejlesztési Politikáját és annak folyamatait
19.	A közös kül- és biztonságpolitika TE: Az előadás után a hallgatók átláthatják az EU közös kül- és biztonságpolitikáját és az azzal kapcsolatos kihívásokat.
21.	Bel- és igazságügyi együttműködés az Európai Unióban TE: Az előadás után a hallgatók átláthatják az Unió bel- és igazságügyi politikáját és a szabadság a biztonság és a jog érvényesülésének térségére tett erőfeszítéseit. Tisztában lesznek a Schengeni Rendszer működésével illetve az EU ezzel kapcsolatos kihívásaival
23.	Bővülési folyamat az Európai Unióban 1973, 1981, 1986, 1995, 2004, 2007, 2013 TE: Az előadás után a hallgatók átlátják az integráció bővülésének folyamatát illetve az azzal kapcsolatos kihívásokat és nehézségeket valamint az arra adott válaszokat. Látni fogják hogyan lett a hatokból huszonnyolcak. Megismerik az elmélyülés-kibővülés dilemmáját.
25.	Kérdések az Európai Unió további fejlődésével kapcsolatban, (Eurozóna, Alkotmány, Alapjogi Charta, Törökország, bevándorlás, Schengen, Reformfolyamat, BREXIT). TE: A hallgatók az előadás után átlátják az EU előtt álló jelenlegi kihívásokat és kritikai véleményt alkothatnak az ezekkel kapcsolatos válaszokról, illetve a szükséges lépésekről.
	Az Európai Unió és Magyarország TE: Az előadás után a hallgatók tisztán látják majd Magyarországot és az EU kapcsolatrendszerét. Az elhangzottak alapján mérlegelhetik a tagságunk előnyeit és hátrányait és erről képesek lesznek önálló véleményt alkotni.

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:				Filozófia		Kódja:	GT_AKMN011-17		
		angolul:				Philosophy			GT_AKMNS011-17		
Kereskedelem-marketing BSc											
Felelős oktatási egység:				DE GTK Sportgazdasági és –menedzsment Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-		
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	N	Heti	2	Heti	0		kollokvium	3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Bácsné Bába Éva		beosztás a:	egyetemi tanár		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatókat											
bevezesse a filozófia probléma világába és elméleti hagyományába, gyarapítsa, elmélyítse műveltségüket, fejlessze logikai és elméleti érvelési készségüket. A kurzus törekszik bemutatni a filozófiai gondolatokat: a természetről, a társadalomról, az emberről, a megismerésről, az etikáról, a művészetről, és a vallásról, megismertetni a hallgatókkal a filozófiai területeit, a főbb filozófiai problémákat, fogalmakat. Csoportosítja a filozófiatörténet korszakait, bemutatja a legjelentősebb filozófusokat, akik munkássága ma is meghatározza az emberi gondolkodást. Tartalmilag felöleli az ókori görög filozófiától a mai modern polgári filozófiáig a legismertebb filozófusok munkásságát. A kurzus bevezetőként szolgál tudományelmélethez is.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
- Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni.											
Képesség:											
- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntéselőkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is.											
- Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt.											
Attitűd:											
- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.											
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.											
Autonómia és felelősség:											
- Önállóan szervezi meg a vizsgált folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését.											
- Az elemzéseiről, következtetéseiről és döntéseiről felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A tudományok, résztudományok, filozófia											
Jellegzetes filozófiai kérdés felvetések (Ontológia, Kozmológia, Filozófiai antropológia, Ismeretelmélet, Természetes teológia, Erkölcs, Esztétika)											
Filozófia történet: korszakok, iskolák, filozófusok											

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek	
előadás a hallgatók interaktív részvételével	
Értékelés	
A félév során a hallgatók 2 alkalommal zárthelyi dolgozatot írnak, melyek számtani átlaga alapján a tantárgyfelelős jegymegajánlást tesz lehetővé. Kollokválni kell azon hallgatóknak, akiknek valamelyik ZH eredménye elégtelen, továbbá akkor is, ha a megajánlott jegyet nem fogadják el.	
Kötelező szakirodalom:	
Arno Anzenbacher: Bevezetés a filozófiába. Cartaphilus Kiadó, Budapest, 2001 Michael Picard: Filozófia - Az etikától a metafizikáig: Kalandozások a bölcsességben és a valóságban. Scholar Kiadó, Budapest, 2022.	
Ajánlott szakirodalom:	
Robert Zimmer: Filozófusbejáró. Helikon kiadó, 2006. Maria Fürst: Bevezetés a filozófiába. Műszaki Könyvkiadó, 2000. Hársing László: A filozófiai gondolkodás Thálészától Gadamerig. Bíbor Kiadó, Miskolc, 2002. A filozófia nagykönyve. HVG Könyvek, 2017. Filozófiai szöveggyűjtemény I.-II.	
Heti bontott tematika	
1.	Mi a filozófia? TE*- Tudás a tudományok ismérveiről, felosztásukról, a filozófia helyéről, jellemzőiről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt.
3.	Ontológia TE – Tudás az ontológiai elméletekről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
5.	Természetfilozófia TE – Tudás a természet filozófiai elméleteiről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
7.	Filozófiai antropológia TE - Tudás a filozófiai antropológia elméleteiről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat

	felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
9.	Antik filozófia korszakai, problematikája TE - Tudás az antik filozófiai korszakokról, filozófusokról, elméleteikről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
11.	Első zárthelyi dolgozat TE beszámolás az eddig megszerzett tudásról
13.	Ismeretelmélet TE - Tudás az ismeretelmélet területéhez tartozó elméletekről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
15.	Természetes teológia TE - Tudás a természetes teológia és a valláskritika elméleteiről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
17.	Etika TE - Tudás az etika területéhez tartozó elméletekről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
19.	Esztétika TE - Tudás az esztétika területéhez tartozó elméletekről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni.

	- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
21.	Logika TE - Tudás a logika alapvető fogalmairól, alkalmazásáról - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
23.	A középkori filozófia korszakai, problematikája TE - Tudás a középkori filozófiai korszakokról, filozófusokról, elméleteikről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
25.	Újkori filozófiai irányzatok; Posztmodern TE - Tudás az újkori filozófiai korszakokról, filozófusokról, elméleteikről - Tudomány elméleti megalapozó ismereteket szerez, hogy tudja az alapvető tudományos fogalmaikat, elméleteket, tényeket, értelmezni, az alapvető összefüggéseket, folyamatokat felismerni. A kurzuson szerzett tudást gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkoztatva tudja alkalmazni. - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket képes feltárni, rendszerezni és elemezni, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket megfogalmazni, döntés-előkészítő javaslatokat készíteni, döntéseket hozni rutin- és részben ismeretlen környezetben is. - Képes következtetéseket, valamint az azokat megalapozó tudás és érvelés világos és egyértelmű kommunikálására, szakmai és laikus közönség felé egyaránt
27.	Második zárthelyi dolgozat TE beszámolás az eddig megszerzett tudásról

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Szociológia		Kódja:	GT_AKMN013-17 GT_AKMNS013-17	
		angolul:		Sociology				
Felelős oktatási egység:				Sportgazdasági és -menedzsment Intézet				
Kötelező előtanulmány neve:				-			Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar
Levelező		Féléves	0	Féléves	0			
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Szabados György Norbert		beosztása:	egyetemi docens
A kurzus célja megismertetni a hallgatókkal a szociológia tudomány fogalmait, hazai és külföldi történetét, kutatási módszereit. A kurzust felvevő hallgatók ezeken túl egyes szakszociológiai területek ismereteibe is betekintést nyernek.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás: Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.								
Képesség: Gazdasági tevékenységet, projektet tervez, szervez, kisebb vállalkozást, gazdálkodó szervezetet, irányít és ellenőriz. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.								
Attitűd: Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.								
Autonómia és felelősség: Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
(1) Követelmények (2) Szociológia és a társadalomtudományok (3) A szociológia és a társadalomtudományok II (4) Szociológia és a társadalomtudományok III. (5) Szociológia és a társadalomtudományok-módszertani kérdések (6) Szociológia történet I. (7) Szociológia történet II. (8) Szociológia történet III. (9) A magyar szociológia története (10) Posztmodern elméletek I. (11) Posztmodern elméletek II. (13) A politika szociológiai megközelítése, civil szervezetek I. (14) A politikai szociológia megközelítése, civil szervezetek II.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
A tárgy keretében előadások vannak, majd ezek, illetve a kiadott szakirodalom alapján a hallgató a számonkérésre önállóan készül fel.								
Értékelés								
Kollokvium, zárthelyi dolgozat alapján értékelve.								
Kötelező szakirodalom:								
Andorka R.:Bevezetés a szociológiába. Osiris Kiadó, Budapest, 2006.								
Kiss Z. L.: Bevezetés a szociológiába. Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 2019.								
Ajánlott szakirodalom:								
Giddens, A.: Szociológia. Osiris Kiadó, Budapest, 2008.								

--

Heti bontott tematika	
1.	Követelmények
	TE* A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
3.	Szociológia és a társadalomtudományok
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
5.	A szociológia és a társadalomtudományok II
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
7.	Szociológia és a társadalomtudományok III.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
9.	Szociológia és a társadalomtudományok-módszertani kérdések
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
11.	Szociológia történet I.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
13.	Szociológia történet II.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
15.	Szociológia történet III.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
17.	A magyar szociológia története
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
19.	Posztmodern elméletek I.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
21.	Posztmodern elméletek II.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
23.	Szociológia és etika
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
25.	A politika szociológiai megközelítése, civil szervezetek I.
	TE A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.
27.	28. A politikai szociológia megközelítése, civil szervezetek II.
	TE- A hallgatók az előadások legfontosabb ismereteit sajátítják el.

A tantárgy neve:		magyarul:		Világ gazdaságtan		Kódja:	GT_AKMN036-17		
		angolul:		The World Economy			GT_AKMNS036-17		
Felelős oktatási egység:				Köz gazdaságtan és Világ gazdaságtan Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	x	Heti	2	Heti	1	K	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. habil. Erdey László		beosztása:	egyetemi docens
A kurzus célja, hogy a hallgatók megismerjék a világ gazdaság mint szerves rendszer mozgástörvényeit és a nemzet gazdasági cselekvés világ gazdasági összefüggéseit									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás: Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzet gazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan, ismeri világ gazdaság működésének legfontosabb kereteit									
Képesség: Követi és értelmezi a világ gazdasági folyamatokat									
Attitűd: Befogadó mások véleménye, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékek iránt (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is). Viselkedésében a nemzetközi nyitottság, a lojalitás és a társadalmi felelősségvállalás fontos szereppel bír									
Autonómia és felelősség: Munkaköréhez és munkafeladatához kapcsolódóan önállóan követi a világ gazdaság legfontosabb mozgásait. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Előadásokat tart, vitavezetést önállóan végez. Önállóan és felelősséggel vesz részt a gazdálkodó szervezeten belüli és azon kívüli szakmai fórumok munkájában.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A kapitalizmus történelmi fejlődése. Népesedés, népesség. Erőforrások és a környezet. A mező gazdaság szerepe a világ gazdaságban. A feldolgozóipar szerepe a világ gazdaságban. A szolgáltatások szerepe a világ gazdaságban. Városok és városiasodás, közlekedés és kommunikáció. Közlekedés és kommunikáció. A fogyasztás a világ gazdaságban. Nemzetközi kereskedelem és beruházás. A nemzetközi kereskedelem szerkezete. Fejlettség és alulfejlettség a világ gazdaságban.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Előadások és gyakorlatok a legfontosabb aktuális világ gazdasági eseményekre kitérve									
Értékelés									
A vizsgaidőszakban írt vizsgadolgozattal. 0-50% elégtelen (1), 51-63% elégséges (2), 64-76% közepes (3), 77-88% jó (4), 89-100% jeles (5)									
Kötelező szakirodalom:									
Bost, F. – Carroué, L. – Colin, S. – Laporte, A. – Pihet, Ch. – Sanmartin, O. – Teurtrie, D. (2021): Világ gazdasági körkép, Pallas Athéné, ISBN: 9789635730094									
Ajánlott szakirodalom:									

Rubenstein, James (2019): The Cultural Landscape: An Introduction to Human Geography, Global Edition, Pearson, ISBN-13: 978-1292162096

Warf, Barney (2021): Human Geography – A Serious Introduction, 3rd Edition, Cognella, ISBN: 978-1-5165-2902-5

Stutz, Frederick P.—Warf, Barney (2014): The World Economy, Pearson New International Edition (6th). ISBN 13: 978-1-292-02119-5

Heti bontott tematika

1.	Bevezetés, a világgazdaságtan tárgyköre TE* A világgazdaságtan tárgykörének elhelyezése a gazdaságtudományokon belül
3.	A kapitalizmus történelmi fejlődése I. TE: A kapitalizmus történelmi elhelyezése, előzményei fejlődése
5.	A kapitalizmus történelmi fejlődése II. TE: a gyarmatosítás története, hatása napjaink világgazdaságára, az ipari forradalom és következményeinek máig tartó hatásai
7.	Népesedés, népesség TE: A világ népességmegoszlása, a népesség történelmi fejlődése, a demográfiai átmenet, migráció
9.	Erőforrások és környezet TE Ásványok és energiaforrások a világgazdaságban, fenntarthatóság
11.	A mezőgazdaság szerepe a világgazdaságban TE: A mezőgazdaság rendszerei, történelmi és földrajzi átalakulásai
13.	A feldolgozóipar szerepe a világgazdaságban TE: A feldolgozóipar fejlődése, földrajzi mozgásai, dezindusztrializáció, fordizmus és posztfordizmus, néhány fontosabb iparág esettanulmánya
15.	A szolgáltatások szerepe a világgazdaságban TE: A szolgáltatások szerepének növekedését indokló tényezők, a szolgáltatások munkaerőpiaca, főbb szolgáltatóágazatok esettanulmánya
17.	Városok és városiasodás TE: Urbanizáció, szuburbanizáció, exurbanizáció, a lakhatás szűrőmodellje, gettósodás, dzsentrifikáció, megavárosok
19.	Közlekedés és kommunikáció TE: a közlekedés és szállítás történelmi és földrajzi átalakulása, idő-tér és költség-tér konvergencia, a kommunikáció jelentősége napjaink globalizációjában
21.	A fogyasztás a világgazdaságban TE: fogyasztási modellek, a fogyasztási szokások átalakulása a világgazdaságban
23.	Nemzetközi kereskedelem és beruházás TE: a nemzetközi kereskedelem és beruházások legfontosabb alapfogalmai
25.	A nemzetközi kereskedelem szerkezete TE: a nemzetközi kereskedelem áru- és földrajzi szerkezetének átalakulása
	Fejlettség és alulfejlettség a világgazdaságban TE: a fejlődő világ sajátosságai, a legfontosabb fejlődési problémák és lehetséges válaszok

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Kereskedelmi áruismeret				Kódja:	GT_AKMNS019-17 GT_AKMNS019-17		
		angolul:									
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja,											
hogya a hallgatók megismerkedjenek az árurendszerezéssel, árurendszerekkel, a szabványosítás és a szabványok fogalmával. Kiemelt figyelmet szentelünk a minőségnek, illetve a minőségügyi rendszernek a fogyasztók, illetve az üzleti szféra szempontjából. Foglalkozunk a fogyasztói érdekvédelem működésével, termékcímkékkel és védjegyekkel. Végig kísérjük az áru útját a csomagolástól az anyagmozgatáson át a raktározásig.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan. Ismeri a projektben, teamben, munkaszervezetben való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit. Átfogóan ismeri a kereskedelem és marketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait, gazdasági, szakterületi szervezetek struktúráját, működését és kapcsolat-rendszerét, a szereplők viselkedését, az azt meghatározó külső és belső környezeti, viselkedési, döntési információs és motivációs tényezőket. Ismeri a kereskedelem és marketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket és az ezeket felépítő fogalomrendszert. Ismeri az értékesítési, üzletkötési tevékenység folyamatait, jogi, etikai követelményeit. Ismeri a fogyasztói, vevői magatartás folyamatát, a fogyasztóvédelem területét. Birtokában van a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsének anyanyelvén.											
Képesség:											
Követi és értelmezi a nemzetközi üzleti folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzése, javaslatai, döntései során. Képes hatékony munkára gazdasági, marketing és kereskedelmi projekteken, gazdálkodó szervezetekben. Képes a fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálni. Képes felismerni a gazdasági, marketing és kereskedelmi problémákat, megoldásukat megtervezi, megvalósítja. Képes más tudásterületekkel és társadalmi-gazdasági alrendszerekkel való együttműködésre.											
Attitűd:											
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére. Komplex megközelítést kívánó, illetve váratlan döntési helyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljes körű figyelembevételével meghozni döntését. Befogadó mások véleménye, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékek iránt (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).											
Autonómia és felelősség:											
Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális kereskedelem és marketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását. Felelősséggel részt vállal kereskedelmi és marketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A kurzus a következő témaköröket öleli fel: az áruismeret fogalma, története, árurendszerezés alapelvei, minőség fogalma, összetevői, minőségvédelem, minőségszabályozás, termékfelelősség, szabvány, szabványosítás, minőségtanúsítás, termékcímkék, védjegyek, fogyasztói érdekvédelem, csomagolás, anyagmozgatás, raktározás.											

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások, tantermi vita, megbeszélés, otthoni felkészülés a kötelező és az ajánlott irodalom anyagából.

Értékelés

Írásbeli vizsga

Kötelező szakirodalom:

Az előadások anyaga és

Dr. Buzás Gizella: Általános áruismeret. Képzőművészeti Kiadó, 2009, Budapest

ISBN 978-963-337-059-9

Ajánlott szakirodalom:

Brusztiné Kunvári Enikő: A kereskedelmi egység működtetése, az áruforgalom lebonyolítása. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Kft., 2013, Budapest ISBN 978 963 637 290 3

Philip Kotler: Marketing menedzsment. 2. kiadás, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1999.

ISBN 963-10637-289-79764-1

Heti bontott tematika	
1.	Az áruismeret története, az áruismeret fogalma TE* Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
3.	Árurendszerzés alapelvei, árurendszerek TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Minőség fogalma, összetevői, minőséget meghatározó tényezők TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
7.	A marketing szerepe a minőségben TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
9.	Minőségi jellemzők; minőségsszabályozás és biztosítás TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
11.	Minőségértékelés; sikeres kereskedelmi áruk - minőség díjak TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
13.	A minőségvédelem jogi eszközei; termékfelelősség; szabványosítás és szabvány TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
15.	Minőségtanúsítás és tájékoztatás a minőségről: termékcímkék, védjegyek, megkülönböztető minőségi jelek TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
17.	Egyéb védjegyek, címkék (társadalmi, környezeti, erkölcsi felelősséget tükröző), termékteszt TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
19.	Az EU fogyasztóvédelmi politikája TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
21.	Fogyasztói érdekvédelem Magyarországon TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
23.	Csomagolás fogalma, funkciója, módjai TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
25.	Csomagolási segédanyagok; speciális csomagolások; a csomagolás nemzetközi szabályozása; veszélyes áruk csomagolása TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása
	Áruvédelem: fizikai, kémiai, biológiai hatások Anyagmozgatás, anyagszállítás, tárolás, raktározás TE Az előadás anyagának gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Marketing menedzsment				Kódja:	GT_AKMN024-17 GT_AKMNS024-17
		angolul:		Marketing management					
Felelős oktatási egység:				DE GTK - Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				Marketing alapjai				Kódja:	GT_AKMN009-17
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	igen	Heti	2	Heti	1	K	4	magyar	
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
A tantárgy célkitűzése, hogy a hallgatók megismerjék a Marketing menedzsment tartalmi összefüggéseit, folyamatait a célpiac kiválasztástól a marketingeszközök meghatározásáig, megvalósításáig és ellenőrzéséig bezárólag.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat-, illetve problémamegoldási módszereknek.									
Ismeri a marketing alapfogalmait és elméleteit.									
Rendelkezik a kereskedelmi, logisztikai és marketing módszerek ismeretével és alkalmazói szinten birtokolja.									
Képesség:									
Elméleti, fogalmi és módszertani ismeretei felhasználásával a feladatának ellátásához szükséges tényeket, adatokat összegyűjti, rendszerezi; egyszerűbb oksági összefüggéseket feltár és következtetéseket von le, javaslatokat fogalmaz meg a szervezet rutin folyamataiban.									
Képes kérdőívkészítésben, piackutatásban való közreműködésre.									
Attitűd:									
Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.									
Autonómia és felelősség:									
Felelősséget vállal, illetve visel saját munkájáért, döntéseiért.									
Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A tantárgy tartalmazza a témakörhöz kapcsolódó főbb elméleteket, módszereket és azok közül a fontosabbak begyakorlását. A témakörök bővebben a bontott heti tematikában megismerhetők.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Évközben az előadásokon elhangzottak ellenőrzésére a szemeszter végén megírt írásbeli vizsgadolgozat szolgál, amelyet a hallgatóknak rendelkezésre bocsátott vizsgakérdések alapján teljesítenek.									
A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű. Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges. A félév során három-négy fős csoportokba sorolják az oktatók a hallgatókat. A csoportoknak egy, az oktatók által kiadott esettanulmányt kell feldolgozniuk a félév végéig. Ebből power point-os/prezi-s prezentációt kell készíteniük. Utóbbit az utolsó órák egyikén prezentálniuk is kell. A szóbeli prezentáció során 10-15 perces előadásokat kell elkészíteniük a hallgatóknak, ezt az utolsó órák egyikén előadni. Az egyes csoportokon belül a hallgatók egyenlően lesznek értékelve.									
Értékelés									
Írásbeli vizsgadolgozat, illetve gyakorlati feladatok teljesítése együttesen kerül értékelésre. Az előadásokhoz kapcsolódó követelmények 60% (60 pont), a gyakorlatokhoz kapcsolódó követelmények 40% (40 pont) arányt tesznek ki. Mind az elméleti, mind a gyakorlati követelményeknek önállóan is meg kell felelni, a minimális szintet, a pontszám 51%-át el kell érni. A hallgatók az előadásokon és gyakorlatokon való aktív részvételért, illetve kiemelkedő prezentációk elkészítésért plusz pontokban részesülhetnek.									
- 50 = elégtelen (1)									

51 - 62 = elégséges (2) – 51%
 63 - 74 = közepes (3) – 63%
 75 - 86 = jó (4) – 75%
 87 - 100 = jeles (5) – 87%

Kötelező szakirodalom:

Kotler, P. – Keller, K. L.: Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012
 A kurzushoz tartozó előadások prezentációs anyaga.

Ajánlott szakirodalom:

A témához kapcsolódó szakmai folyóiratokból kijelölt cikkek.

<i>Időpont</i>	<i>Előadás / szeminárium</i>	<i>Témakör</i>
1. hét	1. előadás	Félévkezdés, követelmények egyeztetése TE: Tisztában van a hallgató az óra követelményeivel.
	1. szeminárium	Félévkezdés, követelmények egyeztetése TE: A gyakorlatok céljának és teljesítésének megismerése.
2. hét	2. előadás	Versenysstratégiák és a piaci helyzetelemzés kapcsolata I. TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	1. szeminárium	Félévkezdés, követelmények egyeztetése TE: A gyakorlatok céljának és teljesítésének megismerése.
3. hét	3. előadás	Versenysstratégiák és a piaci helyzetelemzés kapcsolata II. TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	2. szeminárium	Mintául szolgáló esettanulmány feldolgozása TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
4. hét	4. előadás	Marketing tervezés alapjai TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	2. szeminárium	Mintául szolgáló esettanulmány feldolgozása TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
5. hét	5. előadás	Teljes termék, termékhierarchia TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	3. szeminárium	Vevőelégedettség témakörrel kapcsolatos esettanulmány feldolgozása I. TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
6. hét	6. előadás	Termékfejlesztés lépései, módszerei TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	3. szeminárium	Vevőelégedettség témakörrel kapcsolatos esettanulmány feldolgozása I. TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
7. hét	7. előadás	Szolgáltatás fejlesztés TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	4. szeminárium	Vevőelégedettség témakörrel kapcsolatos esettanulmány feldolgozása II. TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
8. hét	8. előadás	Árképzés alapjai TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	4. szeminárium	Vevőelégedettség témakörrel kapcsolatos esettanulmány feldolgozása II. TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
9. hét	9. előadás	Árképzés gyakorlati módszerei TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	5. szeminárium	Tematikus parkkal kapcsolatos esettanulmány feldolgozása és saját koncepció megalkotása. TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
10. hét	10. előadás	Értékesítési csatornatervezés alapjai TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	5. szeminárium	Tematikus parkkal kapcsolatos esettanulmány feldolgozása és saját koncepció megalkotása. TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.
11. hét	11. előadás	Értékesítési csatorna döntések TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.

	6. szeminárium	Saját tematikus park koncepcióhoz készített prezentáció bemutatása. TE: A korábban megbeszéltek alapján a hallgatók bemutatják a saját tematikus park koncepciójukhoz tartozó prezentációjukat.
12. hét	12. előadás	Promóciós stratégiák TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	6. szeminárium	Saját tematikus park koncepcióhoz készített prezentáció bemutatása. TE: A korábban megbeszéltek alapján a hallgatók bemutatják a saját tematikus park koncepciójukhoz tartozó prezentációjukat.
13. hét	13. előadás	A szemeszter során elhangzottak átbeszélése. TE: Az előadáson leadott tananyagok részletes ismerete.
	7. szeminárium	Félév végi prezentációk (esettanulmány feldolgozások) hallgatók általi ismertetése. TE: A követelményeknek való megfelelés miatt a hallgatók bemutatják az esettanulmány feldolgozásból készített prezentációkat.
	14. előadás	Írásbeli (elő)vizsga megírása. TE: A hallgatók az írásbeli elővizsga sikeres teljesítésével mentesülhetnek a vizsgaidőszakban történő vizsga megírása alól.
	7. szeminárium	Félév végi prezentációk (esettanulmány feldolgozások) hallgatók általi ismertetése. TE: A követelményeknek való megfelelés miatt a hallgatók bemutatják az esettanulmány feldolgozásból készített prezentációkat.

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Vállalati pénzügyek				Kódja:	GT_AKMN026-17		
		angolul:		Corporate Finance					GT_AKMNS026-17		
Felelős oktatási egység:				Számviteli és Pénzügyi Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				Pénzügytan				Kódja:	GT_AKMN018-17 GT_AKMNS018-17		
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve			
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	x	Heti	2	Heti	2	Kollokvium	4	magyar			
Levelező		Féléves	28	Féléves	28						
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fazekas Balázs		beosztása:		adjunktus	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
a vállalati pénzügyek tárgy keretein belül megismerkedjenek a pénzügyi menedzsment alapjaival és a vállalatok pénzügyi folyamataival, az azokhoz kapcsolódó elemzési módszerekkel. A kurzus feltételeit teljesítő Hallgatók képesek átlátni és értékelni a vállalati gazdálkodási döntéseket és azok éves beszámolóra gyakorolt hatását.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek és összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.											
Képesség:											
Képes hatékony munkára gazdasági, marketing és kereskedelmi projekteken, gazdálkodó szervezetekben,											
Attitűd:											
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.											
Autonómia és felelősség:											
Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A kurzus első felében az éves beszámoló ismeretere, és adataira alapozva - a pénzáramlás szemléletet használva - a vállalati teljesítmény értékelése, a forgótőke menedzsment, majd a kockázat alapjai és fedezetszámítás témaköröket dolgozzuk fel. A hosszú távú pénzügyi menedzsment keretein belül a pénz időértéke és a beruházási döntések, valamint a kötvény és részvényértékelés témákkal foglalkozunk.											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
A Hallgatók felkészüléséhez az előadásokon feldolgozott témák otthoni elsajátítása szükséges. Az elméleti anyag elsajátítását gyakorlati és számítási feladatok megoldásával segítjük. Az órai és az otthoni terhelés aránya megközelítőleg 50-50%.											
Értékelés											
Aláírás megszerzésének feltétele:											
Az aláírás feltétele a szemináriumok rendszeres látogatása. Amennyiben a hiányzások száma meghaladja a 3 alkalmat, az aláírás megtagadásra kerül. A Hallgató köteles a gyakorlatokon a DE Tanulmányi és vizsgaszabályzata, valamint a DE Etikai kódexének megfelelő módon részt venni.											
Oktatási anyagok:											
A tárgy e-learning kurzusán a tárgy oktatói elérhetővé teszik az előadások és a szemináriumok anyagait. Az órai és az otthoni terhelés aránya megközelítőleg 50-50%, így a jelen tematika 'kötelező szakirodalom' pontjában felsorolt oktatási anyagok közül az oktatók által megjelölt részek, feladatok képezik az önálló felkészülés alapjául szolgáló											

tananyagot.

Vizsgajegy megszerzésének feltétele:

Vizsga megírásának lehetősége:

A tárgy kollokviummal zárul. A DE Tanulmányi és vizsgaszabályzat Gazdaságtudományi Karra vonatkozó VI. rész 14. § (1) pont alapján a vizsgaidőszakban minden héten vizsga kerül meghirdetésre a vizsgára jogosultak létszámának 1,5-szeres létszámaival. Az oktatókat a vizsgák időpontjait legkésőbb a szorgalmi időszak utolsó hetéig a neptunban meghirdetik. Ezt követően a vizsgaidőpontok és a vizsgalétszámok bővítésére nem kerül sor. Csak az a hallgató jogosult a vizsga megírására, aki érvényes neptun jelentkezéssel rendelkezik. A DE Tanulmányi és vizsgaszabályzat Gazdaságtudományi Karra vonatkozó VI. rész 14. § (5) pont alapján a tárgyfelelős oktató a megadott vizsganapokra meghatározhat minimális vizsgázói létszámot, ami alatt a vizsgát nem köteles megtartani. A minimális vizsgázói létszám nem lehet magasabb, mint 10 fő.

Vizsgadolgozat tartalma és felépítése:

A vizsgák a teljes fél év anyagát tartalmazzák. A vizsgák írásban, elektronikus formában kerülnek lebonyolításra. A vizsgák elméleti és gyakorlati kérdéseket tartalmaznak, amik 50-50%-os súllyal szerepelnek a dolgozatban. A dolgozatok kérdései az előadások, gyakorlatok és a tematikában megjelölt kötelező irodalmak anyagaira, illetve az azok alapján megoldható problémákra irányulnak.

Vizsgadolgozat értékelése:

A vizsgajegy a dolgozaton elért pontszám alapján kerül meghatározásra. (Az elmélet és gyakorlati részek 50-50%-os súllyal számítanak az értékelés során, az elméleti és gyakorlati részekre vonatkozó minimum szint nincs.) A vizsgadolgozat alapján az értékelés és a jegy a következők szerint alakul:

60% alatt:	1, elégtelen
60-69%:	2, elégséges
70-79%:	3, közepes
80-89%:	4, jó
90-100%:	5, jeles

A tárgy oktatói és a Hallgatók egyaránt, minden esetben kötelesek a DE Tanulmányi és vizsgaszabályzata, valamint a DE Etikai kódexe szerint eljárni.

Kötelező szakirodalom:

Előadásanyag és szemináriumi feladatsorok (elearning rendszerben elérhetőek)

Becsky-Nagy Patrícia – Fazekas Balázs (2018): *Vállalati pénzügyek példatár és esettanulmány gyűjtemény I. – Időérték számítás és értékpapírok értékelésének alapjai*. Debreceni Egyetem, Debrecen

Becsky-Nagy Patrícia – Fazekas Balázs (2018): *Vállalati pénzügyek példatár és esettanulmány gyűjtemény II. – Befektetési és beruházási döntések*. Debreceni Egyetem, Debrecen

Becsky-Nagy Patrícia – Fazekas Balázs (2021): *Cash-flow tervezés*. Debreceni Egyetem. Debrecen

Fazekas Balázs (2020): *Pénzügyi piaci alapismeretek és esettanulmányok I.* Debreceni Egyetem. Debrecen

Fazekas Balázs (2020): *Pénzügyi piaci alapismeretek és esettanulmányok II.* Debreceni Egyetem. Debrecen

Ulbert József (2018): *Vállalati pénzügyek kézikönyv (Második, bővített kiadás)*. Pécsi Tudományegyetem. Pécs

Ajánlott szakirodalom:

Becsky-Nagy Patrícia – Fazekas Balázs (2021): *Aktív és passzív bankügyletek a gyakorlatban*. Debreceni Egyetem. Debrecen

Illés Ivánné (2002): *Társaságok pénzügyei*, Saldo Könyvkiadó, Budapest

Bélyácz Iván (2007): *A vállalati pénzügyek alapjai*, Gondolat Kiadó, Pécs

Pálinkó Éva – Szabó Márta (2008): *Vállalati pénzügyek*, Typotex Kiadó, Budapest

Brealey, R. A. – Myers, S. C. (2011): *Modern vállalati pénzügyek*, Panem Könyvkiadó, Budapest

Heti bontott tematika

1.	Előadás: Vállalati pénzügyek, pénzügyi irányítás elméleti alapjai, gazdálkodási alapelvek, tudományos eredmények Gyakorlat: Tematika és követelményrendszer, esettanulmány feldolgozása. A Hallgató megismeri a pénzügyi gondolkodás mérőföldköveit.
3.	Előadás: A pénz időértéke I.

	Gyakorlat: Az időérték számítási feladatok PV, FV, EIR. A Hallgatók megismeri az időérték-számítás alapjait és egyszerű alkalmazási területeit.
5.	Előadás: A pénz időértéke II. Gyakorlat: Az időérték számítási feladatok: évjáradék, örökjáradék. A Hallgató képes pénzáramlás-sorozatokat értékelni.
7.	Előadás: Beruházás értékelés alapjai I. Gyakorlat: Beruházás-gazdaságossági számítások A Hallgató birtokába kerül a beruházások értékeléséhez szükséges alapvető ismereteknek.
9.	Előadás: Beruházási értékelés alapjai II. Gyakorlat: Azonos és eltérő élettartamú beruházások összehasonlítása. A Hallgató a többféle módszerrel képes a befektetések széles skálájának értékelésére, összevetésére.
11.	Előadás: Kötvényértékelés I. Gyakorlat kötvényértékelési számítások A Hallgató a kötvényeket különböző aspektusaik alapján képes értékelni.
13.	Előadás: Kötvényértékelés II. Gyakorlat: kötvények hozamának számítása A hallgató képes a kötvények hozamának és legfontosabb jellemzőinek interpretálására.
15.	Előadás: A részvény és értékelése. Gyakorlat: Részvények értékelése A Hallgató tud részvényt értékelni.
17.	Előadás: Az éves beszámoló, és a cash flow kimutatás Gyakorlat: Vállalati adatsor elemzése, cash flow kimutatás felépítése. A Hallgató képes az éves beszámoló adatait értelmezni pénzügyi szemlélettel.
19.	Előadás: Pénzügyi kimutatások elemzése Gyakorlat: Adatsorok alapján likviditási, tőkeszerkezeti, jövedelmezőségi mutatók számítása és értékelése. A Hallgató képes felmérni egy vállalkozás rövid- és hosszú távú fizetőképességét, jövedelmezőségét elemezni.
21.	Előadás: Forgótőke menedzsment I. Gyakorlat: Forgási sebesség és gazdálkodás hatékonyság elemzése. A Hallgató képes a vállalkozás forgótőke-gazdálkodásának hatékonyságát.
23.	Előadás: Forgótőke menedzsment II. Gyakorlat: Pénzciklus és működési ciklus A Hallgató képes a működési- és pénzciklus elemzési keretrendszerében értékelni a vállalkozás forgótőke-gazdálkodásának hatékonyságát.
25.	Előadás: Fedezetszámítás Gyakorlat: Fedezetszámítás A Hallgató képes a vállalkozás működését a fedezetszámítás eszközével elemezni.
27.	zh. megírása

A tantárgy neve:		magyarul:		Marketingtervezés és - elemzés				Kódja:	GT_AKMN033 GT_AKMNS033		
		angolul:		Marketing Planning and Audit							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	2	Heti	2	G		4	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Bakosné Dr. Kiss Virág		beosztása:	adjunktus		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:		-		beosztása	-		
A kurzus célja,											
A hallgatók megismertetése a marketingtervezés és -elemzés elméleti és gyakorlati kérdéseivel vals példákön keresztül.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.											
Képesség:											
Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatósi feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére. Továbbá egy sablon alapú marketingterv szakmai összeállítására.											
Attitűd:											
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.											
Autonómia és felelősség:											
Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A marketingterv hasznának, céljának, elkészítési folyamatának, felépítésének megismerése; A stratégiai marketingtervezés alapjai; Célcsoport elemzés és meghatározás, Pozicionálás; Előrejelzési módszerek; Célok meghatározása; Marketingstratégiák; Taktikák és alkalmazási lehetőségeik; Végrehajtás és ellenőrzés.											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
Előadások és a gyakorlatok tananyagának megismerése. Az aláírás feltételeként egy szóbeli prezentáció megtartása. A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű. Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges.											
Értékelés											
Az aláírás feltétele a gyakorlati órákon mutatott teljesítmény, mely az órai aktivitás és valós példára épülő marketingterv elkészítése alapján kerül értékelésre. A gyakorlatokon a részvétel kötelező (TVSZ alapján). A kurzus írásbeli vizsgával zárul, kivéve kiemelkedő gyakorlati teljesítmény esetén, ahol gyakorlati jegyet szerezhetnek a hallgatók.											
Kötelező irodalom:											
Keszey Tamara – Gyulavári Tamás: Marketingtervezés. Akadémiai Kiadó, 2017.											

William Cohen: Marketingtervezés. Akadémiai Kiadó, 2010.

Ajánlott irodalom:

Józsa László: Marketingstratégia. Akadémiai Kiadó, 2016.

Kevin Lane Keller - Philip Kotler: Marketing Menedzsment. Akadémiai Kiadó, 2016.

Kárpáti László: Marketing terv, Gyakorlati útmutató, 2005.

Bauer András - Berács József: Marketing Aula Könyvkiadó, 1998.

Heti bontott tematika	
1.	A marketingterv célja és a tervezés folyamata TE*Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
3.	A marketingterv felépítése TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Stratégiai tervezés a marketingben TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
7.	Környezetelemzés előkészítése és forrásai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9.	Vezetői összefoglaló és helyzetelemzés TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
11.	Célcsoportok elemzése és pozicionálás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
13.	Célok meghatározása TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
15.	Előrejelzési módszerek TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
17.	Marketingstratégiák TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
19.	Taktikák: 4P: Termék és Innováció TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
21.	Taktikák: 4P: Ár- és csatornapolitika TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
23.	Taktikák: 4P: Kommunikáció TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
25.	Szolgáltatás taktikák: 3P TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
	Megvalósítás: erőforrás- és időterv, Ellenőrzés és Visszacsatolás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Marketingkutató		Kódja:	GT_AKMN040-17		
		angolul:		Marketing Research			GT_AKMNS040-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	0	Heti	2	GY	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Soós Mihály		beosztása:	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja,									
A kurzus célja olyan szakemberek képzése, akik a marketingkutató elméleti, módszertani alapjait olyan szinten ismerik, hogy az üzleti élet különböző területein felmerülő marketing problémák marketingkutatói kérdéseire megoldást tudnak adni.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Ismeri a marketing alapfogalmait és elméleteit. Rendelkezik a kereskedelmi, logisztikai és marketing módszerek ismeretével és alkalmazói szinten birtokolja. Készség szinten ismeri a gazdasági szervezetek gyakorlati működését, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra. Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit.									
Ismeri és érti a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsét anyanyelvén és egy idegen nyelven is.									
Képesség:									
Elméleti, fogalmi és módszertani ismeretei felhasználásával a feladatának ellátásához szükséges tényeket, adatokat összegyűjti, rendszerezi; egyszerűbb ok-okozati összefüggéseket feltár és következtetéseket von le, javaslatokat fogalmaz meg a szervezet rutin folyamataiban. Hatékonyan kommunikál írásban és szóban. Anyanyelvén és alapszinten idegen nyelven is szakmai szöveget olvas, értelmez. Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra. Képes kérdőív-készítésben, piackutatásban való közreműködésre. Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.									
Attitűd:									
Kritikusan szemléli saját munkáját. Elkötelezett a minőségi munkavégzés iránt, betartja a vonatkozó szakmai, jogi és etikai szabályokat, normákat. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére. Projektben, munkacsoportban szívesen vállal feladatot, együttműködő és nyitott, segítőkész, minden tekintetben törekszik a pontosságra. Elfogadja a vezetői, munkatársi kritikát, illetve támogatást. Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására. Nyelvtudását, kommunikációs készségét folyamatosan fejleszti, lépést tart az új kommunikációs technológiák fejlődésével. Hitelesen képviseli munkaszervezetét és munkafeladatát.									
Autonómia és felelősség:									
Felelősséget vállal, illetve visel saját munkájáért, döntéseiért. Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe. Fel tudja mérni, hogy képes-e egy rá bízott feladatot elvégezni. Általános szakmai felügyelet, irányítás és ellenőrzés mellett munkaköri leírásában szereplő feladatait tudatosan tervezi, önállóan szervezi, és munkáját rendszeresen ellenőrzi. Kommunikációs és nyelvi hiányosságait maga azonosítja, megkeresi a továbbfejlesztés lehetőségeit.									
Támaszkodik munkatársai és vezetői segítségére.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A marketingkutató fogalma, folyamata és típusai. Problémamegoldás, kutatói kérdés és a hipotézis állítás. Kutatói terv készítése kvalitatív és kvantitatív kutatóhoz. Megfigyelés és a kísérlet, co-creation, crowdsourcing, netnográfia, szemkamerás vizsgálatok, kérdőív-szerkesztés alapjai, kérdőív-szerkesztés a gyakorlatban. Próbakérdés elmélete és gyakorlata, mintavétel. Számítógépes programok alkalmazása a marketingkutatóban, az SPSS program. Adatrögzítés és adatelemzés konkrét példán keresztül,									

kutatási tanulmány készítésének fő tudnivalói.
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Az aláírás feltétele az órák látogatása. Hiányozni, az összóraszám maximum 30%-ról lehet. Két zárthelyi dolgozat a félév során és egy javítási lehetőség.
Értékelés Gyakorlati jegy
Kötelező szakirodalom: Az előadások anyaga.
Ajánlott szakirodalom: Malhotra, N.: Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2008. ISBN: 978-963-05-8648-1 Hoffmann I-né, Kozák Á., Veres I.: Piackutatás. Műszaki Kiadó, 2001. ISBN: 963-16-3064-1 Táplálkozásmarketing, Élelmiszer, táplálkozás és marketing és a Marketing & Menedzsment c. folyóiratok

Heti bontott tematika	
1.	A marketingkutatás fogalma, folyamata és típusai TE*Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
3.	Problémamegoldás, kutatási kérdés és a hipotézis állítás Szekunder kutatás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Kutatási terv I.-II. – kvalitatív kutatás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
7.	Kutatási terv II. – kvantitatív kutatás TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9.	Megfigyelés és a kísérlet Kérdőívszerkesztés alapjai Kérdőívszerkesztés a gyakorlatban TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
11.	Netnográfia, Co-creation, Crowdsourcing TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
13.	Szemkamerás vizsgálatok TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
15.	Csoport konzultáció egyéni kérdőívekről TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
17.	Próbakérdés elmélete és gyakorlata TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
19.	Kutatási terv – mintavétel TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
21.	Számítógépes programok alkalmazása a marketingkutatásban Az SPSS program TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
23.	Adatrögzítés és adatelemezés konkrét példán keresztül Kutatási tanulmány készítésének fő tudnivalói TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
25.	Szóbeli prezentációk megtartása és a kutatási tervek leadása TE Szóbeli prezentáció
	Szóbeli prezentációk megtartása és a kutatási tervek leadása TE Szóbeli prezentáció

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Marketingkommunikáció				Kódja:	GT_AKMN041-17 GT_AKMNS041-17			
		angolul:		Marketing Communication								
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet								
Kötelező előtanulmány neve:									Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat								
Nappali	X	Heti	2	Heti	0		K	3	magyar			
Levelező		Féléves		Féléves								
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Soós Mihály			beosztása:		egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:					beosztása			
A kurzus célja:												
A tárgy keretében a hallgatók megismerkednek a vállalati/marketing kommunikáció alapjaival, a kommunikációs-mix felépítésével és egyes elemeivel, továbbá a kommunikációs folyamat és egyes fázisai szervezésének és irányításának kérdéseivel, a marketingkommunikációs szakma és ipar fő képviselőivel. A kurzus a vállalati piaci orientációjú kommunikációs tevékenység fő formáit (klasszikus reklám, Internet- és elektronikus kommunikáció, direkt marketing, eladáshelyi ösztönzés) főként a vállalati döntéshozói oldalról közelíti. A kurzus során a résztvevők azt sajátítják el, hogy melyek azok a legfontosabb kérdések és szempontok, amelyeket a vállalati döntéshozónak figyelembe kell vennie, hogy az adott vállalat stratégiai célkitűzéseit legjobban szolgáló kommunikációs üzenetet és kommunikációs formákat megtalálhassa. A kurzus intenzíven épít a meglévő marketing ismeretekre.												

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudása:

Elsajátította a gazdaságtudomány, illetve a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek fogalmait, elméleteit, folyamatait és jellemzőit, ismeri a meghatározó gazdasági tényeket. Érti a gazdálkodó szervezetek struktúráját, működését és hazai, illetve nemzeti határokon túlnyúló kapcsolatrendszerét, információs és motivációs tényezőit, különös tekintettel az intézményi környezetre. Ismeri a vállalkozás, gazdálkodó szervezet és projekt tervezési és vezetési szabályait, szakmai és etikai normáit. Ismeri a marketing szakterület általános és specifikus jellemzőit, határait, legfontosabb fejlődési irányait, szakterületeinek kapcsolódását rokon szakterületekhez. Részletekbe menően ismeri a marketing szakterület összefüggéseit, elméleteit és az ezeket felépítő terminológiát. Ismeri a marketingstratégia erőforrás alapú elméleteit, a stratégiai menedzsment elemzési módszereit, valamint további marketing részterületek (például eladásmenedzsment, marketing engineering, kvalitatív kutatás, kreatív tervezés) elméleti alapjait és elemzési módszereit. Jól ismeri marketing szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait, legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit anyanyelvén és egy idegen nyelven. Ismeri az értékalkotó marketingfolyamatok és az innováció kapcsolatát. Jól ismeri a vevőorientáció érvényesítésének szervezeti formáit és folyamatait. Ismeri és érti a fogyasztói választást magyarázó elméleteket, a fogyasztás társadalmi szerepét.

Képességei

Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, képes az igényes elemzési, modellezési módszerek alkalmazására, komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, döntések meghozatalára, változó hazai és nemzetközi környezetben, illetve szervezeti kultúrában is. A gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően képes közepes és nagyméretű vállalkozás, komplex szervezeti egység vezetésére, gazdálkodó szervezetben átfogó gazdasági funkciót lát el, összetett gazdálkodási folyamatokat tervez, irányít, az erőforrásokkal gazdálkodik. Nemzetközi, multikulturális környezetben is képes hatékony munkavégzésre. Képes sokoldalú, interdiszciplináris megközelítéssel speciális szakmai problémákat azonosítani, továbbá feltárni és megfogalmazni az azok megoldásához szükséges részletes elméleti és gyakorlati hátteret. Magas szinten használja a marketing szakterület ismeretközvetítési technikáit, és dolgozza fel a magyar és idegen nyelvű publikációs forrásait. Gazdálkodási folyamatokban, projektekben, csoportos feladatmegoldásokban vesz részt, vezetőként a tevékenységet tervezi, irányítja, szervezi, koordinálja, értékeli. Képes a tanult ismeretek és megszerzett tapasztalatok birtokában saját vállalkozás irányítására és működtetésére. Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.

Attitűdje

Kritikusan viszonyul saját, illetve a beosztottak munkájához és magatartásához, innovatív és proaktív magatartást tanúsít a gazdasági problémák kezelésében. Nyitott és befogadó a gazdaságtudomány és gyakorlat új eredményei iránt. Kulturált, etikus és tárgyilagos értelmiségi hozzáállás jellemzi a személyekhez, illetve a társadalmi problémákhoz való viszonyulása során, munkájában figyel a szélesebb körű társadalmi, ágazati, regionális, nemzeti és európai értékre (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is). Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, erre munkatársait és beosztottait is ösztönzi, segíti, támogatja. Vállalja azokat az átfogó és speciális viszonyokat, azt a szakmai identitást, amelyek marketing szakterülete sajátos karakterét, személyes és közösségi szerepét alkotják. Hitelesen közvetíti szakmája összefoglaló és részletezett problémaköreit. Új, komplex megközelítést kívánó, stratégiai döntési helyzetekben, illetve nem várt élethelyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljeskörű figyelembevételével dönteni. Kezdeményező szerepet vállal szakmájának a közösség szolgálatába állítására. Fejlett marketing szakmai identitással, hivatástudattal rendelkezik, amelyet a szakmai és szélesebb társadalmi közösség felé is vállal.

Autonómiaja és felelőssége

Szervezetpolitikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns probléma megoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés előkészítő, tanácsadói feladatokat. Önállóan létesít, szervez és irányít nagyobb méretű vállalkozást, vagy nagyobb szervezetet, szervezeti egységet is. Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa irányított szervezetért, vállalkozásáért, az alkalmazottakért. Önállóan azonosítja, tervezi és szervezi saját és beosztottai szakmai és általános fejlődését, azokért felelősséget vállal és visel. Kialakított marketing szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben önállóan képviseli. Új, komplex döntési helyzetekben is felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért. Bekapcsolódik kutatási és fejlesztési projektekbe, a projektcsoportban a cél elérése érdekében autonóm módon, a csoport többi tagjával együttműködve mozgósítja elméleti és gyakorlati tudását, képességeit.

Társadalmi és közéleti ügyekben kezdeményező, felelős magatartást tanúsít a munkatársak, beosztottak vonatkozásában.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A kommunikáló szervezet – a kommunikáció szükségessége. A kommunikáció gazdasági jelentősége. A kommunikáció információs és technológiai meghatározottsága. A kommunikációtervezés stratégiai kérdései. Kommunikációs célok és hatáshierarchiák. A kommunikációs eszközök együttese. A kommunikáció stratégiai tervezésének lépései. A kommunikáció alanyai. A kommunikáló vállalat: identitás. Digitális vállalati identitás. Márkakommunikáció. A vállalati arculat formai kérdései. A kommunikáció eszközei. Tömegkommunikációs eszközök. Reklám. Public Relations. Közvetlen hatást kifejtő eszközök. Adatbázis

marketing. Lojalitás programok. Értékesítésösztönzés. Direktmarketing kommunikáció. A személyközi kommunikáció alapkérdései, tárgyalástechnika. Customer Relationship Management. Közvetett hatást kifejtő kommunikációs eszközök. Termékkommunikáció – termék design. Csomagolás. Esemény-, élmény marketing. A termékmegjelenítés – product placement. A kommunikáció csatornái. A reklám környezetének átalakulása. A reklámkörnyezet változásának fő technológiai és társadalmi trendjei. A marketingkommunikációs eszközök klasszifikációjának kérdései. A közönség kommunikációja. Önkéntes üzenetalkotás: A szájreklám, mint kommunikációs eszköz. Önkényes üzenetalkotás: a részvételtől a közös értékteremtésig.
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Előadásanyaok és segédletek áttanulmányozása
Értékelés Szóbeli vizsga
Kötelező szakirodalom: Órai anyagok
Ajánlott irodalom: Horváth Dóra – Bauer András (2013): Marketingkommunikáció. Stratégia, új média, fogyasztói részvétel. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Heti bontott tematika	
1.	A kurzus, a követelményrendszer, az oktató bemutatkozása. A kommunikáló szervezet – a kommunikáció szükségessége. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
3.	A kommunikáció gazdasági jelentősége. A kommunikáció információs és technológiai meghatározottsága TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
5.	A kommunikációtervezés stratégiai kérdései. Kommunikációs célok és hatáshierarchiák. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
7.	A kommunikációs eszközök együttélése. A kommunikáció stratégiai tervezésének lépései TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
9.	A kommunikáció alanyai. A kommunikáló vállalat: identitás. Digitális vállalati identitás. Márkakommunikáció. A vállalati arculat formai kérdései. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
11.	A kommunikáció eszközei. Tömegkommunikációs eszközök. Reklám. Public Relations. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
13.	Közvetlen hatást kifejtő eszközök. Adatbázis marketing. Lojalitás programok. Értékesítésösztönzés. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
15.	Direktmarketing kommunikáció. A személyközi kommunikáció alapkérdései, tárgyalástechnika. Customer Relationship Management. Közvetett hatást kifejtő kommunikációs eszközök. Termékkommunikáció – termék design. Csomagolás. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
17.	Esemény-, élmény marketing. A termékmegjelenítés – product placement. A kommunikáció csatornái. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
19.	A reklám környezetének átalakulása. A reklámkörnyezet változásának fő technológiai és társadalmi trendjei. A marketingkommunikációs eszközök klasszifikációjának kérdései. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
21.	A közönség kommunikációja. Önkéntes üzenetalkotás: A szájreklám, mint kommunikációs eszköz. Önkényes üzenetalkotás: a részvételtől a közös értékteremtésig. TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
23.	Prezentációk megtartása TE* Prezentációk megtartása
25.	Prezentációk megtartása TE* Prezentációk megtartása
	Prezentációk megtartása TE* Prezentációk megtartása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Projektmenedzsment				Kódja:	GT_AKMN059-17 GT_AKMNS059-17				
		angolul:		Projectmanagement									
Felelős oktatási egység:				DE GTK Gazdálkodástudományi Intézet									
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-				
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve			
		Előadás		Gyakorlat									
Nappali	X	Heti		1		Heti		2		K	4	magyar	
Levelező		Féléves				Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Nagy Adrián Szilárd				beosztása:		habil. egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:						beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatók													
megismerjék a projektmenedzsment alapjait, módszertanát és a legfontosabb projekt menedzsment folyamatokat (kezdeményezés, tervezés, végrehajtás, követés és felügyelet, zárás). A tantárgy keretében a hallgatók elsajátítják a pályázatok készítéséhez szükséges alapvető ismereteket.													
A kurzus elvégzése révén a hallgatók képesek lesznek arra, hogy:													
- a vállalkozás stratégiájával összhangban projekteket generáljanak, - kialakítsák annak struktúráját, - idő-, erőforrás- és költségterveit, - projektcapatot hozzanak létre és irányítsák azt - megtanulják a projektet kontrollálni valamint az elért eredményeket ellenőrizni.													
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul													
Tudás:													
Alapvető projektmenedzsment ismeretekkel rendelkezik.													
Ismeri a fontosabb projektmenedzsment módszereket.													
Képesség:													
Képes egy vállalkozás stratégiájával összhangban projektet generálni.													
Képes kialakítani egy projekt struktúráját.													
Képes szakmai ismeretek szintetizálására.													
Attitűd:													
Projekt szemléletben tud gondolkodni.													
Érdeklődő és nyitott hozzáállású.													
Autonómia és felelősség:													
Korrekt és becsületes szakember, aki mindig a legjobb tudása szerint dönt.													
A kurzus rövid tartalma, témakörei													
A projektmenedzsment sajátosságai, alapfogalmai. A projekt ciklus és szervezet. Projektmenedzsment folyamatok. Projektintegráció menedzsment. Projekterjedelem. Projektütemezés. Projektköltség menedzsment. Projektemberierőforrás-menedzsment. Projektkommunikáció és beszerzésmenedzsment. Projektérintett menedzsment. Nonprofit és civil szervezetek pályázati tevékenysége. Pályázatok készítése és menedzselése. Pályázatok értékelése és ellenőrzése.													
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek													
Önálló esettanulmány kidolgozása és prezentálása													

Értékelés Gyakorlati jegy A gyakorlati jegybe 30-70% arányba beleszámít a kis csoportban elkészítendő és beadandó projektterv és a zárthelyi dolgozat eredménye
Kötelező szakirodalom: Eric Verzuh: Projektmenedzsment, HVG Kiadó, Budapest, 2006. Project Management Institute: Projektmenedzsment útmutató, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2013. Ajánlott szakirodalom: Görög Mihály: Projektvezetés, AULA Kiadó, Budapest, 2008. Görög Mihály: A projektvezetés mestersége, AULA Kiadó, Budapest, 2007. Görög Mihály: Általános projektmenedzsment, AULA Kiadó, Budapest, 2007.

Heti bontott tematika	
1.	Regisztrációs hét
	TE*
3.	Bevezető előadás, követelményrendszer ismertetése. Alapfogalmak
	TE
5.	Projektélelciklus és szervezet
	TE
7.	Projektmenedzsment folyamatok
	TE
9.	Projektintegráció menedzsment
	TE
11.	Projektterjedelem menedzsment
	TE
13.	Projektütemezés menedzsment
	TE
15.	Projektköltség menedzsment
	TE
17.	Projektemberierőforrás-menedzsment
	TE
19.	Projektkommunikáció és beszerzés-menedzsment
	TE
21.	Projektérített menedzsment
	TE
23.	Nonprofit és civil szervezetek pályázati tevékenysége
	TE
25.	Pályázatok készítése és menedzselése
	TE
27.	Pályázatok értékelése és ellenőrzése
	TE

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Szervezeti magatartás		Kódja:	GT_AKMN039-17		
		angolul:		Organizational Behaviour			GT_AKMNS039-17		
Felelős oktatási egység:		DE GTK Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet, Vezetéstudományi Tanszék							
Kötelező előtanulmány neve:						Kódja:			
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	1	Kollokvium	4	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató		neve:		Dr. Ujhelyi Mária		beosztása:		egyetemi docens	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
megismerjék a szervezet formális és informális oldalának működését, a szervezeti magatartástudomány legfontosabb eredményeit. Cél, hogy szisztematikusabb képet kapjanak a szervezeti tagok, csoportok és az egész szervezet magatartását meghatározó és befolyásoló tényezőkről annak érdekében, hogy a megszerzett ismereteket a szervezetek eredményességének növelésére tudják majd használni.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
A hallgató olyan alapvető ismeretekre tesz szert, amelyek révén megismeri a szervezeti magatartástudomány legújabb kutatási eredményeit, megérti az emberek sokszínűségéből adódó előnyöket és nehézségeket és azt, hogy a különböző egyéni jellemzők és csoport dinamikai jelenségek hogyan hatnak a szervezet teljesítményére. A kurzus előadásai három fő tématerület köré fókuszálódnak: 1. Az egyéni magatartás meghatározói. 2. Csoportok hatása az egyének magatartására és a szervezet teljesítményére. 3. Szervezeti szintű változók (struktúra és kultúra) hatása a szervezetek teljesítményére.									
Képesség:									
Tisztában van az egyéni csoport és szervezeti szintű változók szervezeti teljesítményre gyakorolt lehetséges hatásaival.									
El tudja helyezni a megismert elméleteket a tudományterületen belül.									
Megérti az elméletek és modellek alkalmazási korlátait és lehetőségeit, azok előnyeit és hátrányait.									
Képes a szervezeten belül előforduló szituációk elemzésére, az abban megjelenő különböző egyéni és csoportos magatartásformák felismerésére, önismeretszerzésre, képességfejlesztésre.									
Alkalmazni tudja a gyakorlatban, szervezeti szituációkban a megszerzett ismereteit, képes értelmezni, magyarázni, esetleg előre jelezni munkatársai jövőbeli magatartásformáit.									
A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz.									
Attitűd:									
A tantárgy elősegíti, hogy a hallgató, megfelelő hozzáállást alakítson ki a szervezetek informális alrendszerével kapcsolatban. Nyitottá válik az önismeretszerzésre, képességfejlesztésre és az emberi magatartás tudatos megismerésére. A hallgató ennek köszönhetően olyan gazdaságpszichológiai alapokkal bír, ami hozzásegíti ahhoz, hogy munkahelyi környezetben is eredményesen tudja menedzselni interperszonális kapcsolatait.									
Autonómia és felelősség:									
A kurzus hozzásegíti a hallgatót ahhoz, hogy munkájában innovatív, befogadó, hatékony és eredményes legyen. Az emberi kapcsolatokról felelősséggel formáljon véleményt. Önállóan tudjon döntést hozni saját tudásának, kompetenciáinak fejlesztéséről.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A kurzus áttekinti az angolszász szakirodalomban megjelenő sztereotip szervezeti magatartás témaköröket: képességek, személyiség, hiedelmek, értékek, attitűd, észlelés, döntéshozatal, motiváció, csoportok és csapatok, hatalom, szervezeti politika, vezetés, konfliktusok kezelése egyéni és szervezeti szinten, szervezeti struktúrák,									

szervezeti kultúra és változásmenedzselés.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások tartása, gyakorlatokon a témakörökhöz kapcsolódó tesztek, tréning feladatok, esettanulmányok megoldása, informatikai eszközök alkalmazása a tanulás támogatására, a tapasztalati tanulás módszerének alkalmazása, képességfejlesztés.

Értékelés

Kollokvium írásbeli vizsga formájában

Kötelező szakirodalom:

Bakacsi Gyula (2015): *A szervezeti magatartás alapjai*, Alaptankönyv Bachelor hallgatók számára. Semmelweis Kiadó, Budapest

Robbins, Stephen P. – Judge, Timothy A. (2018): *Essentials of Organizational Behavior*, Fourteenth edition. Pearson Education Limited, Harlow, England.

Ajánlott szakirodalom:

Dobák Miklós – Antal Zsuzsanna (2013): *Vezetés és szervezés. Szervezetek kialakítása és működtetése*. Akadémiai Kiadó, Budapest

Barizsné Hadházi Edit, Pierog Anita, Ujhelyi Mária (2018): *Fejezetek a szervezeti magatartás témaköreiből*. A tananyag elkészítését a „Duális képzések fejlesztése a Debreceni Egyetemen (DDE)” az **EFOP-3.5.1-16-2017-00007** számú projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

Heti bontott tematika

1. hét	A szervezeti magatartás alapjai, tárgya, tartalma, modellje. TE: Ismeri és érti a szervezeti magatartás fogalmát, tárgyát és tartalmát.
2. hét	Egyén a szervezetben: képesség és személyiség. TE: Ismeri, érti a képesség és személyiség fogalmát, modelljeit, hatásukat a szervezetek teljesítményére.
3. hét	Egyén a szervezetben: érték, attitűd, hiedelem. Munkával kapcsolatos attitűdök. TE: Ismeri az értékek, hiedelmek, attitűdök fogalmát, jelentőségét, a munkával kapcsolatos attitűdök hatását a teljesítményre.
4. hét	Egyén a szervezetben: észlelés, tanulás, döntés. TE: Ismeri az észleléssel, tanulással, döntéshozatallal kapcsolatos alapvető elméleteket, szerepüket a szervezetek működésében.
5. hét	A motiváció alapjai. TE: Ismeri a motiváció fogalmát, legfontosabb elméleteit és a motiváció jelentőségét a szervezetek működése szempontjából.
6. hét	Csoportok a szervezetben. TE: Ismeri a csoportok fogalmát a csoportok típusait, a csoporthoz csatlakozás egyéni és szervezeti előnyeit, hátrányait.
7. hét	Csoportszerepek, csoportfolyamatok, teamek. TE: Ismeri a csoportszerepeket, a csoportfolyamatokat és azok hatását a szervezetek működésére, a szervezeten belüli emberi kapcsolatok alakulására.
8. hét	Hatalom és szervezeti politika. TE: Ismeri a hatalom és szervezeti politika fogalmát, hatását az egyének közötti kapcsolatokra, a szervezet működésére.
9. hét	A személyes vezetés alapjai.

	TE: Ismeri a legfontosabb vezetéselméleti megközelítéseket, a különböző vezetési stílusok, magatartások szervezeti tagokra gyakorolt hatását, a vezetésstudomány újabb irányzatait.
10. hét	Konfliktusok egyéni szinten. TE: Ismeri az egyének közötti konfliktus kezelés modelljét, folyamatát, a lehetséges magatartásformákat, a konfliktusok megoldásának alternatíváit.
11. hét	Konfliktusok szervezeti szinten. TE: Ismeri a szervezeti konfliktusok kezelésének alternatíváit, azok hatását a szervezet működésére.
12. hét	A szervezeti magatartás és a szervezeti struktúra kapcsolata. TE: Ismeri a szervezeti struktúrák jellemzőit, az alapvető struktúra típusokat és azok hatékony alkalmazásának feltételeit.
13. hét	Szervezeti kultúra. TE: Ismeri a szervezeti kultúra fogalmát, jelentőségét, modelljeit, szervezeti működést befolyásoló hatását.
	Szervezeti változások menedzselése. TE: Ismeri a szervezeti változások menedzselésének folyamatát, az ezzel kapcsolatos alternatív modelleket, azok szervezeti működésre gyakorolt hatását.

A tantárgy neve:	magyarul:		Gazdasági elemzés				Kódja:	GT_AKMN038-17 GT_AKMNS038-17	
	angolul:		Business analysis						
2025/2026/1									
Felelős oktatási egység:			DE GTK Számviteli és Pénzügyi Intézet						
Kötelező előtanulmány neve:							Kódja:		
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	+	Heti	1	Heti	2	Gyakorlati jegy	4	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Kiss Anita		beosztása:	adjunktus
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
a tárgy oktatása során megismerkednek a vállalkozások elemzésének céljaival, szükségességével és módszereivel.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Elsajátítják a vállalkozási tevékenység elemzését, valamint a komplex, beszámoló elemzésének eszközeit módszertanát mind elméleti mind gyakorlati oldalról.									
Képesség:									
Képessé válik a hallgató az alapvető összefüggések értelmezésére.									
Attitűd:									
A félév során az elméleti ismeretek mellett a gyakorlati hasznosítás lehetőségeit is elsajátítják a hallgatók.									
Autonómia és felelősség:									
Felelősséggel dönt a kurzus során szerzett ismeretek bővítéséről és fejlesztéséről.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A gazdasági elemzés fogalma, tevékenységek elemzése, komplex elemzés. Gyakorlati feladatok, számpéldák megoldása.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Elméleti és gyakorlati ismertek átadása illusztratív példákon, feladatokon keresztül. A példák megoldását a szemináriumi foglalkozások segítik.									
Értékelés									
A tantárgy szemináriumain a részvétel a Tanulmányi és Vizsgaszabályzatnak megfelelően kötelező.									
A félévi aláírás megszerzésének feltétele, hogy a hallgatók a gyakorlatokat rendszeresen látogassák, az igazolatlan hiányzások mértéke nem haladhatja meg az órák 30%-át, ami azt jelenti, hogy 3 alkalomnál több hiányzás esetén az aláírás megtagadásra kerül.									
A gyakorlati jegy megszerzésének feltétele, hogy a félév során megírására kerülő zárthelyi dolgozat min. 50%-os szinten teljesítésre kerüljön. A zárthelyi dolgozat egy alkalommal pótolható és egy alkalommal javítható.									
A dolgozat felépítése: az elméleti anyagra vonatkozó tesztek, igaz-hamis állítások és rövid kérdések (definíciók, képletek, összefüggések), valamint gyakorlati, számítási feladatok megoldása.									
Az érdemjegy az alábbiak szerint kerül megállapításra (%):									
– 49,99 1 (elégtelen)									
50,00 – 64,99 2 (elégséges)									
65,00 – 79,99 3 (közepes)									
80,00 – 89,99 4 (jó)									
90,00 – 100,00 5 (jeles)									
Kötelező szakirodalom:									
Bíró Tibor – Kresalek Péter – Pucsek József – Sztanó Imre [2016]: A vállalkozások tevékenységének komplex elemzése. Perfekt Kiadó, Budapest									
Birher Ilona – Pucsek József – Sándor Lászlóné – Sztanó Imre [2009]: A vállalkozások tevékenységének gazdasági elemzése. Perfekt Kiadó, Budapest									

A szemináriumokon kiadott feladatlapok, anyagok.

Ajánlott szakirodalom:

Kresalek Péter – Pucsek József [2016]: Példatár és feladatgyűjtemény a vállalkozások tevékenységének komplex elemzéséhez. Perfekt Kiadó, Budapest

Birher Ilona – Blumné Bán Erika – Kresalek Péter – Pucsek József – Sándor Lászlóné – Sztanó Imre – Takácsné Lengyel Andrea [2010]: Példatár a vállalkozások tevékenységének gazdasági elemzéséhez. Perfekt Kiadó, Budapest

Heti bontott tematika

1.	Bevezetés – alapvető kérdések TE: Ismeri az elemzési munka szerepét a vezetői döntéshozatalban.
3.	A gazdasági elemzés általános vonatkozásai TE: Ismeri a gazdasági elemzés feladatát, célját, alapvető módszereit, elemzési eszközeit.
5.	Piaci tevékenység elemzése TE: Ismeri a piaci tevékenység elemzési feladatait.
7.	A termelő tevékenység elemzése TE: Ismeri az alapvető termelési érték mutatókat.
9.	A szolgáltató tevékenység elemzése TE: Ismeri a szolgáltató tevékenység elemzési sajátosságait.
11.	A minőség elemzése TE: Ismeri a minőség alakulásának mutatószámait.
13.	A kereskedelmi tevékenység elemzése TE: Ismeri a kereskedelmi vállalkozások tevékenységének elemzési feladatait.
15.	Készletgazdálkodás elemzése TE: Ismeri a készletek nagyságára, összetételére, a készletekkel való gazdálkodásra vonatkozó mutatókat.
17.	A beszámoló, mint az elemzés információbázisa TE: Ismeri az éves és egyszerűsített éves beszámoló részeit.
19.	Vagyoni helyzet elemzése TE: Ismeri a vagyoni helyzet elemzésének alapvető összefüggéseit.
21.	Pénzügyi helyzet elemzése TE: Ismeri a pénzügyi helyzet elemzésének mutatóit valamint a likviditási mérleget.
23.	Jövedelmezőség elemzése TE: Ismeri a jövedelmezőségi helyzet elemzésének főbb feladatait.
25.	A vállalkozási tevékenység hatékonyságának elemzése TE: Ismeri a hatékonysági és komplex hatékonysági mutatókat.
27.	Összefoglalás TE: Alapos ismeretekkel rendelkezik a gazdasági elemzésről.

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Vállalatirányítási rendszerek				Kódja:	GT_AKMN053-17		
		angolul:		Information Systems					GT_AKMNS053-17		
Felelős oktatási egység:				Módszertani- és Üzleti Digitalizáció Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-		
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	x	Heti	1	Heti	2	gyakorlati jegy		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Füzesi István		beosztása:	egyetemi docens		
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
A tantárgy oktatási célja, hogy a hallgatók gyakorlati ismereteket, gyakorlati készséget sajátítsanak el egy kis- és középvállalkozás számára ajánlott ERP rendszer használatában, bevezetésében. A gyakorlatok során egy mintavállalat jellemző folyamatit modellezzük a kiválasztott ERP rendszerben (beállítások, beszerzés, értékesítés, raktározás).											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
- Ismeri a vállalati folyamatokat támogató informatikai és irodatechnikai eszközöket. - Ismeri a gazdasági szervezetek felépítését és működését. - Birtokában van a szakterület legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat-, illetve probléma-megoldási módszereinek.											
Képesség:											
- Elméleti, fogalmi és módszertani ismeretei felhasználásával képes a feladatának ellátásához szükséges tényeket, adatokat összegyűjteni, rendszerezni, egyszerűbb oksági összefüggéseket feltár és következtetéseket von le, javaslatokat fogalmaz meg a szervezet rutin folyamataiban. - Egyszerűbb gazdasági folyamatokat, eljárásokat megtervez, megszervez, végrehajt. - Képes egyszerű gazdaságossági számítások, költségkalkulációk elvégzésre. - Képes a gazdasági folyamatok, szervezeti események következményeinek megértésére, alapvető gazdasági mutatók kiszámítására és azokból következtetések levonására.											
Attitűd:											
- Kritikusan szemléli saját munkáját. - Elkötelezett a minőségi munkavégzés iránt, betartja a vonatkozó szakmai, jogi és etikai szabályokat, normákat. - Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére.											
Autonómia és felelősség:											
- Felelősséget vállal, illetve visel saját munkájáért, döntéseiért. - Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe. - Fel tudja mérni, hogy képes-e egy rá bízott feladatot elvégezni.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
Rendszer és információ elméleti ismeretek											
Információs rendszerek											
Integrált vállalatirányítási információs rendszerek											
ERP rendszerek funkciói											
ERP rendszerek adatmodellje											
Információs rendszerek implementálása											
Információs rendszerek az agrárvállalkozásokban											
Partner.ERP rendszer általános ismertetése, Kezelési ismeretek.											
Partner.ERP Kereskedelem											

Partner.ERP Értékesítés
 Partner.ERP Beszerzés
 Partner.ERP Gyártás
 Adattisztítás Power BI
 Adatmodell építés Power BI
 Adatvizualizáció Power BI
 A mesterséges intelligencia alkalmazása a vállalatirányításban

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Az oktatás elméleti előadásokból és gyakorlati órából áll. Az elméleti tananyag elsajátításához az előadáson elhangzottak, a prezentációk és jegyzetek, könyvek állnak a hallgatók rendelkezésére. A gyakorlati foglalkozások egy ERP rendszer és vezetői információs rendszer alkalmazásával folynak.

Értékelés

A félév gyakorlati jeggyel zárul. Az aláírás, vizsgára bocsátás feltétele, hogy a gyakorlati tevékenység alapján megállapított teljesítmény legalább 60%-os legyen. A gyakorlati tevékenység eredménye függ az órai jelenléttől, a félév folyamán végzett órai munkától és a félév végén elkészített komplex feladat megoldásának eredményétől. A hallgatók a gyakorlati jegyet a két évközi elméleti dolgozat és a gyakorlati munka eredménye alapján kapják. A három eredmény egyszerű számtani átlaga alapján történik a jegy megállapítása.

Az értékelés módja:

0% - 50% - elégtelen

51% - 60% - elégséges

61% - 70% - közepes

71% - 80% - jó

81%- jeles

Kötelező szakirodalom:

Herdon Miklós-Rózsa Tünde (2011): Információs rendszerek az agrárgazdaságban. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.
 Szenteleki Károly-Rózsa Tünde (2007): Információs rendszerek. Hefop jegyzet.

Ajánlott szakirodalom:

Dobay Péter (1997): Vállalati információ-menedzsment. Nemzeti Tankönyvkiadó. Heteyi József (2004): ERP rendszerek Magyarországon a 21. században. ComputerBooks, Budapest. Heteyi József (2009): ERP rendszerek Magyarországon a 21. században. ComputerBooks, Thomas F. Wallance: ERP-vállalatirányítási rendszerek.

Heti bontott tematika

1.	Rendszer és információ elméleti ismeretek
	TE* Partner.ERP rendszer általános ismertetése, Kezelési ismeretek.
3.	Információs rendszerek
	TE Partner.ERP Kezelési ismeretek, Alapfunkciók
5.	Információs rendszerek
	Partner.ERP Kiemelt törzsállományok kezelése: Cikktörzs
7.	Integrált vállalatirányítási információs rendszerek
	TE Partner.ERP Önálló feladatmegoldás: cikktörzs felvitelre, módosítása
9.	Integrált vállalatirányítási információs rendszerek
	TE Partner.ERP Kiemelt törzsállományok kezelése: Üzleti partnerek
11.	ERP rendszerek funkciói
	TE 1. Partner.ERP Önálló feladatmegoldás: partnertörzs felvitele, módosítása
13.	ERP rendszerek funkciói
	TE Partner.ERP Kereskedelem
15.	ERP rendszerek adatmodellje
	TE Partner.ERP Értékesítés.
17.	ERP rendszerek adatmodellje
	TE Partner.ERP Önálló feladatmegoldás: értékesítés
19.	Integrált vállalatirányítási rendszerek moduljai és funkciói.
	TE Partner.ERP Beszerzés
21.	Információs rendszerek implementálása
	TE Power BI gyakorlati feladatok megoldása
23.	Adattisztítás, adatmodell készítés és adatvizualizáció

	TE Power BI gyakorlati feladatok megoldása
25.	2. elméleti dolgozat
	TE 2. gyakorlati dolgozat

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Médiagazdaságtan		Kódja:	GT_AKMN049-17		
		angolul:		Media economics			GT_AKMNS049-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK Gazdálkodástudományi Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-			Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Nagy Adrián Szilárd		beosztása: habil. egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók megismerjék a médiagazdaságtan világát, annak különböző iskoláit. Részletezni és elemezni a médiapiacok általános sajátosságait, bemutatni ezek különböző iparágakban való konkrét megjelenését. Vizsgálni a lapkiadást, a rádiózást és a televíziózást, valamint kitérni az infokommunikációs lehetőségek fejlődésével kialakult új típusú médiára is. A tantárgy elsajátítását követően a hallgatók képesek lesznek eligazodni a média gazdaságtan világában, és elemző módon viszonyulni a média jelenségeihez, történéseihez és összefüggéseihez.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás: Alapvető médiagazdaságtani ismeretekkel rendelkezik. Ismeri a médiához kötődő fontosabb gazdasági és társadalmi összefüggéseket. Ismeri a médiatér főbb szereplőit.									
Képesség: Képes egy vállalkozás médiakapcsolatait megtervezni és menedzselni. Képes eligazodni gazdasági, szervezeti és társadalmi kérdésekben. Képes szakmai ismeretek szintetizálására.									
Attitűd: Racionálisan gondolkodik médiagazdasági kérdésekben. Érdeklődő és nyitott hozzáállású.									
Autonómia és felelősség: Korrekt és becsületes szakember, aki mindig a legjobb tudása szerint dönt.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A médiagazdaságtan tárgya, sajátosságai és alapfogalmai. A termékek és a kereslet jellemzői a médiapiacokon. A kínálat, a piaci szerkezetek és a verseny jellemzői. Hirdetések és reklámok gazdasági jellemzői. A lapok fajtái és kereslete. A lapok előállítása, terjesztése, a lappiacok szerkezete. A rádiózás piaca. A televíziózás piaca, termék és kínálat. A televíziózás piaca, terjesztés, fogyasztás, szerkezet. Az új média fogalma és használata. Az új média tartalomszolgáltatások és piacok. A média szabályozása. A médiafogyasztás mérése.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Az elméleti anyag átadása előadás formájában történik, de lehetőség van kérdések feltevésére, hozzászólásra és vitára is. A félévben leadott elméleti anyagból a számonkérés kollokviumon történik szóbeli és/vagy írásbeli formában. A megengedett hiányzás a kari Tanulmányi és Vizsgaszabályzatban rögzítettek szerint lehetséges.									
Értékelés									
Kollokvium, melynek keretében a hallgató beszámol a félév során elsajátított tudásáról és ismereteiről. Az elméleti anyag értékelése írásbeli és/vagy szóbeli vizsga formájában történik.									
Kötelező szakirodalom:									

Gálik Mihály – Csordás Tamás: A média gazdaságtanának kézikönyve, Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanács Médiatudományi Intézete, 2020

Gálik Mihály – Urbán Ágnes: *Médiagazdaságtan*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014

Ajánlott szakirodalom:

Alan B. Albarran: *The Media Economy*, Routledge, 2017

Horváth Dóra – Nyíró Nóra – Csordás Tamás: *Médiaismeret*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2013

Gálik Mihály – Urbán Ágnes: *Bevezetés a médiagazdaságtanba*, AULA Kiadó, Budapest, 2009.

Heti bontott tematika	
1.	Regisztrációs hét
	TE*
3.	A médiagazdaságtan tárgya, alapfogalmak
	TE
5.	A termékek és a kereslet jellemzői a médiapiacokon
	TE
7.	A kínálat, a piaci szerkezetek és a verseny jellemzői
	TE
9.	Hirdetések és reklámok gazdasági jellemzői
	TE
11.	A lapok fajtái és kereslete
	TE
13.	A lapok előállítása, terjesztése, a lappiacok szerkezete
	TE
15.	A rádiózás piaca
	TE
17.	A televíziózás piaca, termék és kínálat
	TE
19.	A televíziózás piaca, terjesztés, fogyasztás, szerkezet
	TE
21.	Az új média fogalma és használata
	TE
23.	Az új média tartalomszolgáltatások és piacok
	TE
25.	A médiafogyasztás mérése
	TE
27.	A média szabályozása
	TE

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Termék- és márkamenedzsment				Kódja:	GT_AKMN034-17			
		angolul:		Product and Brand Management					GT_AKMNS034-17			
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet								
Kötelező előtanulmány neve:									Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat								
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K		3	magyar			
Levelező		Féléves		Féléves								
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András			beosztása:		egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:					beosztása			
A kurzus célja,												
A tárgy célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek a termékek és márkák stratégiáinak főbb kérdésköreivel, és az elméleti megalapozás mellett – az esettanulmányok segítségével – a gyakorlatban is jól használható ismereteket szerezzenek. A tárgy alapismereteit a hallgatók a Termék- és márkamenedzsment tárgy kereteiben sajátítják el az alapszakon.												

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudása:

Elsajátította a gazdaságtudomány, illetve a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek fogalmait, elméleteit, folyamatait és jellemzőit, ismeri a meghatározó gazdasági tényeket. Érti a gazdálkodó szervezetek struktúráját, működését és hazai, illetve nemzeti határokon túlnyúló kapcsolatrendszerét, információs és motivációs tényezőit, különös tekintettel az intézményi környezetre. Ismeri a vállalkozás, gazdálkodó szervezet és projekt tervezési és vezetési szabályait, szakmai és etikai normáit. Ismeri a marketing szakterület általános és specifikus jellemzőit, határait, legfontosabb fejlődési irányait, szakterületeinek kapcsolódását rokon szakterületekhez. Részletekbe menően ismeri a marketing szakterület összefüggéseit, elméleteit és az ezeket felépítő terminológiát. Ismeri a marketingstratégia erőforrás alapú elméleteit, a stratégiai menedzsment elemzési módszereit, valamint további marketing részterületek (például eladásmenedzsment, marketing engineering, kvalitatív kutatás, kreatív tervezés) elméleti alapjait és elemzési módszereit. Jól ismeri marketing szakterülete szókincsét és az írott és beszélt nyelvi kommunikáció sajátosságait, legfontosabb formáit, módszereit, és technikáit anyanyelvén és egy idegen nyelven. Ismeri az értékalkotó marketingfolyamatok és az innováció kapcsolatát. Jól ismeri a vevőorientáció érvényesítésének szervezeti formáit és folyamatait. Ismeri és érti a fogyasztói választást magyarázó elméleteket, a fogyasztás társadalmi szerepét.

Képességei

Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, képes az igényes elemzési, modellezési módszerek alkalmazására, komplex problémák megoldására irányuló stratégiák kialakítására, döntések meghozatalára, változó hazai és nemzetközi környezetben, illetve szervezeti kultúrában is. A gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően képes közepes és nagyméretű vállalkozás, komplex szervezeti egység vezetésére, gazdálkodó szervezetben átfogó gazdasági funkciót lát el, összetett gazdálkodási folyamatokat tervez, irányít, az erőforrásokkal gazdálkodik. Nemzetközi, multikulturális környezetben is képes hatékony munkavégzésre. Képes sokoldalú, interdiszciplináris megközelítéssel speciális szakmai problémákat azonosítani, továbbá feltárni és megfogalmazni az azok megoldásához szükséges részletes elméleti és gyakorlati hátteret. Magas szinten használja a marketing szakterület ismeretközvetítési technikáit, és dolgozza fel a magyar és idegen nyelvű publikációs forrásait. Gazdálkodási folyamatokban, projektekben, csoportos feladatmegoldásokban vesz részt, vezetőként a tevékenységet tervezi, irányítja, szervezi, koordinálja, értékeli. Képes a tanult ismeretek és megszerzett tapasztalatok birtokában saját vállalkozás irányítására és működtetésére. Képes vezetői testületek számára önálló elemzések és előterjesztések készítésére.

Attitűdje

Kritikusan viszonyul saját, illetve a beosztottak munkájához és magatartásához, innovatív és proaktív magatartást tanúsít a gazdasági problémák kezelésében. Nyitott és befogadó a gazdaságtudomány és gyakorlat új eredményei iránt. Kulturált, etikus és tárgyilagos értelmiségi hozzáállás jellemzi a személyekhez, illetve a társadalmi problémákhoz való viszonyulása során, munkájában figyel a szélesebb körű társadalmi, ágazati, regionális, nemzeti és európai értékre (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is). Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, erre munkatársait és beosztottait is ösztönzi, segíti, támogatja. Vállalja azokat az átfogó és speciális viszonyokat, azt a szakmai identitást, amelyek marketing szakterülete sajátos karakterét, személyes és közösségi szerepét alkotják. Hitelesen közvetíti szakmája összefoglaló és részletezett problémaköreit. Új, komplex megközelítést kívánó, stratégiai döntési helyzetekben, illetve nem várt élethelyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljeskörű figyelembevételével dönteni. Kezdeményező szerepet vállal szakmájának a közösség szolgálatába állítására. Fejlett marketing szakmai identitással, hivatástudattal rendelkezik, amelyet a szakmai és szélesebb társadalmi közösség felé is vállal.

Autonómiaja és felelőssége

Szervezetpolitikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns probléma megoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés előkészítő, tanácsadói feladatokat. Önállóan létesít, szervez és irányít nagyobb méretű vállalkozást, vagy nagyobb szervezetet, szervezeti egységet is. Felelősséget vállal saját munkájáért, az általa irányított szervezetért, vállalkozásáért, az alkalmazottakért. Önállóan azonosítja, tervezi és szervezi saját és beosztottai szakmai és általános fejlődését, azokért felelősséget vállal és visel. Kialakított marketing szakmai véleményét előre ismert döntési helyzetekben önállóan képviseli. Új, komplex döntési helyzetekben is felelősséget vállal azok környezeti és társadalmi hatásaiért. Bekapcsolódik kutatási és fejlesztési projektekbe, a projektcsoportban a cél elérése érdekében autonóm módon, a csoport többi tagjával együttműködve mozgósítja elméleti és gyakorlati tudását, képességeit.

Társadalmi és közéleti ügyekben kezdeményező, felelős magatartást tanúsít a munkatársak, beosztottak vonatkozásában.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A marketingszemléletű termékinnováció alapkoncepciói és az új termékek típusai. A vállalati termékpolitika és a termékinnováció összefüggései. Eszközök és tesztek – a felhasználók tulajdonságainak, preferenciáinak beépítése a tervezésbe. A termékfejlesztés szervezeti háttere. Szervezeti kultúra, szervezeti magatartás és a termékinnováció összefüggései. Az újtermék-koncepció kialakítása és tesztelése. Márkapolitikai döntések. Márkakiterjesztés. Globális márkastratégiák. A

marketing szerepe a formatervezésben és a műszaki fejlesztésben. Design és csomagolás.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Az évközben elhangzottak ellenőrzésére a vizsgaidőszakban írásbeli vizsgát tesznek a hallgatók elearning teszt formájában. A szemeszter utolsó heteiben megtartott csoportos prezentációk kötelező jellegűek, amelyek egyben a kurzus aláírásának feltételei is. Az előadások látogatása kifejezetten ajánlott.

A nappali képzésen, a félév során néhány fős csoportokba (ez a hallgatói létszámtól függ, bizonyos esetben akár egyéni munka is lehetséges) sorolja az oktató a hallgatókat. A csoportoknak az oktató által előzetesen felvázolt metodika alapján egy témakört kell feldolgozniuk a félév végéig. Ebből kb. 8-10 perces szóbeli prezentációt (ppt, prezi stb.) kell bemutatniuk az utolsó hetekben. A prezentáció bemutatása az aláírás feltétele. Az egyes csoportokon belül a hallgatók egyenlően lesznek értékelve (kivétel ezalól, ha valamelyik hallgató valamiért nagyon nem teljesít jól). A prezentációk oktató általi összevetését követően további kedvezmények érhetők el a jól teljesítőknek.

Értékelés

A félév írásbeli vizsgával záródik.

30 kérdés, 30 pont, 30 perc.

Kötelező szakirodalom:

- Antalovits M. – Süle M. (szerk.) (2012): Termékmenedzsment. Baccalaureus Scientiae Tankönyvek sorozat, Typotext Kiadó, Budapest, oldalszám: 360, ISBN: 978-963-2797-40-3
- Becker Gy. – Kaucsek Gy. (1996): Termékergonómia, termékpszichológia. Tölgyfa Kiadó, Budapest, oldalszám: 207, ISBN: 9637164073
- Rekettye G. (1999): Értéktéremtés a marketingben. Termékek piacvezérelt tervezése, fejlesztése és menedzselése. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, oldalszám: 212, ISBN: 963-224-191-6

Ajánlott irodalom:

- Ulrich, K. – Eppinger, S. (2011): Product Design and Development. McGraw Hill Book Co, oldalszám: 415, ISBN: 978-0073404776
- Baker, M. – Heart, S. (2007): Product Strategy and Management, Pearson Education, Instock, oldalszám: 570, ISBN: 978-0273694502
- Randall, G. (2000): Márkázás a gyakorlatban. Geomédia Kiadó, Budapest, oldalszám: 238, ISBN: 9637910727

Heti bontott tematika	
1.	A termékmenedzsment fogalma, értelmezése, szerepe a marketingben TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
3.	A termék, mint a marketing-mix meghatározó eleme (fizikai, funkcionális, esztétikai és marketing jellemzők) TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
5.	Termékszintek, termékkínálat, termékdizájn TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
7.	A termékfejlesztés (indítékok, célok, formák és folyamat) TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
9.	A szolgáltatástermék és jellemzői TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
11.	A termék piaci életgörbéje TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
13.	A márka, mint azonosító és megkülönböztető termékjelző TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
15.	Márkaépítés, márkaszemélyiség, márka imázs, márkaérték TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
17.	Sikertényezők és bukás-okozók a termékmenedzsmentben TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
19.	Márkatípusok és jellemzőik TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
21.	Márkastratégiák, összefüggések piaci kihívások, pozíció és márkamenedzsment között TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
23.	Ansoff-mátrix stratégiái A BCG-mátrix stratégiái TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
25.	Hallgatói prezentációk TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
14.	Hallgatói prezentációk

	TE*Az előadásanyag elméleti szintű tárgyalása
--	---

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Árpolitika a marketingben				Kódja:	GT_AKMN035-17 GT_AKMNS035-17		
		angolul:									
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok				Követelmény		Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:		egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
a félév során megismerkednek az árképzéshez szorosan kapcsolódó alapfogalmakkal, majd a különböző árstratégiákkal, árképzési célokkal gyakorlati példákon keresztül. A kurzus elvégzésével a hallgatók képesek lesznek önálló árkalkulációt végezni, elemezni a fogyasztói árat, különbséget tenni az árengedmények között, és értelmezni a fogyasztók árváltozásokra történő reakcióját.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Ismeri a marketing alapfogalmainak és elméleteit.											
Rendelkezik a kereskedelmi, logisztikai és marketing módszerek ismeretével és alkalmazói szinten birtokolja.											
Készség szinten ismeri a gazdasági szervezetek gyakorlati működését, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.											
Ismeri az ügyfélkapcsolati feladatok ellátásának technikáit.											
Ismeri és érti a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsét anyanyelvén és egy idegen nyelven is.											
Képesség:											
Elméleti, fogalmi és módszertani ismeretei felhasználásával a feladatának ellátásához szükséges tényeket, adatokat összegyűjti, rendszerezi; egyszerűbb ok-okozati összefüggéseket feltár és következtetéseket von le, javaslatokat fogalmaz meg a szervezet rutin folyamataiban.											
Hatékonyan kommunikál írásban és szóban.											
Anyanyelvén és alapszinten idegen nyelven is szakmai szöveget olvas, értelmez.											
Képes ügyfelekkel, partnerekkel való kapcsolattartásra.											
Képes kérdőív-készítésben, piackutatásban való közreműködésre.											
Készség szintjén alkalmazza a gazdasági szervezetek gyakorlati működésével kapcsolatos ismereteit, különös tekintettel a marketing és kereskedelmi folyamatokra.											
Attitűd:											
Kritikusan szemléli saját munkáját.											
Elkötelezett a minőségi munkavégzés iránt, betartja a vonatkozó szakmai, jogi és etikai szabályokat, normákat.											
Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére.											
Projektben, munkacsoportban szívesen vállal feladatot, együttműködő és nyitott, segítőkész, minden tekintetben törekszik a pontosságra.											
Elfogadja a vezetői, munkatársi kritikát, illetve támogatást.											
Törekszik a kereskedelmi és marketing tevékenység fejlesztésére és a változó gazdasági és jogi környezethez igazítására.											
Nyelvtudását, kommunikációs készségét folyamatosan fejleszti, lépést tart az új kommunikációs technológiák fejlődésével.											
Hitelesen képviseli munkaszervezetét és munkafeladatát.											
Autonómia és felelősség:											
Felelősséget vállal, illetve visel saját munkájáért, döntéseiért											
Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe.											
Fel tudja mérni, hogy képes-e egy rá bízott feladatot elvégezni.											
Általános szakmai felügyelet, irányítás és ellenőrzés mellett munkaköri leírásában szereplő feladatait tudatosan tervezi, önállóan szervezi, és munkáját rendszeresen ellenőrzi.											
Kommunikációs és nyelvi hiányosságait maga azonosítja, megkeresi a továbbfejlesztés lehetőségeit.											
Támaszkodik munkatársai és vezetői segítségére.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											

A kurzus a következő témaköröket öleli fel: Az ár szerepe a marketingben. Az árpolitika jelentősége. A kereslet meghatározása, a kereslet árrugalmassága. Az árképzési célok kiválasztása. Az árképzés módjának kiválasztása. Árképzés a költségek alapján. Termékcsaládok árazása. Árképzés piaci alapon. Ármegállapítás közgazdasági elvek alapján. Árstratégiák.

Az árrendszerek szempontrendszere. Árváltozások (árcsökkenések, árnövekedések kezdeményezése). Az árváltozások marketing aspektusai. Ártárgyalás.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások, tantermi vita, megbeszélés, otthoni felkészülés a kötelező és az ajánlott irodalom anyagából.

Értékelés

Szóbeli vizsga

Kötelező szakirodalom:

Az előadáson elhangzottak

Reketttye Gábor: Az ár a marketingben. KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó, Budapest, 2004.

ISBN 963-224-691-8

Ajánlott szakirodalom:

Reketttye Gábor: Multidimenzionális árazás. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2011.

ISBN 978-963-05-8982-6

Philip Kotler: Marketing menedzsment. 2. kiadás, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1999.

ISBN 963-10637-289-79764-1

Robert J. Dolan – Hermann Simon: Árképzés okosan. Geoméda Kiadó, Budapest, 2000.

ISBN 963-791-067-0

Heti bontott tematika

1.	Az ár szerepe a marketingben
	TE* Az előadás anyagának elsajátítása
3.	Az árpolitika jelentősége
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
5.	Az árképzési célok kiválasztása
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
7.	A kereslet meghatározása, a kereslet árrugalmassága
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
9.	Az árképzés módjának kiválasztása
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
11.	Árképzés a költségek alapján
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
13.	Termékcsaládok árazása
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
15.	Árképzés piaci alapon
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
17.	Ármegállapítás közgazdasági elvek alapján
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
19.	Árstratégiák
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
21.	Az árrendszerek szempontrendszere
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
23.	Árváltozások (árcsökkenések, árnövekedések kezdeményezése)
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
25.	Az árváltozások marketing aspektusai
	TE Az előadás anyagának elsajátítása
	Ártárgyalás
	TE Az előadás anyagának elsajátítása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		Fogyasztói magatartás				Kódja:	GT_AKMN602-17 GT_AKMNS602-17
	angolul:		Consumer Behavior					
Felelős oktatási egység:			DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet, Marketing Tanszék					
Kötelező előtanulmány neve:			-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	+	Heti	2	Heti	1	Gy	4	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Kontor Enikő		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása:	
A kurzus célja, hogy a hallgatók magas szinten legyenek képesek adaptálni a fogyasztók magatartását vizsgáló elméleteket, koncepciókat, illetve felmérni a piac vásárlási döntésekre gyakorolt hatásait. A tantárgy egyrészt a vásárlók magatartását befolyásoló külső és belső tényezők vizsgálatára, másrészt a vásárlás helyének stimulusaira helyezi a hangsúlyt. A tárgy az elméleti ismeretek bővítése mellett a tanultak gyakorlati felhasználásának a bemutatására is törekszik.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
<i>Tudás:</i> - Átlátja a fogyasztók döntését befolyásoló tényezők rendszerét, összefüggéseit. - Tisztában van az „új” fogyasztó jellemzőivel, a személyes és pszichológiai befolyásoló tényezők meghatározó szerepével, kiemelten a nemi szerepekben, kor- és életciklus-szakaszokban megjelenő új megközelítésekkel. - Felismeri a kulturális és társadalmi tényezőkben megjelenő változásokat, új jelenségeket, különös tekintettel a generációs megközelítésekre, illetve az átalakuló család-modellekre. - Elsajátítja a fogyasztói magatartás egyes jelenségeinek mérésére alkalmas korszerű matematikai-statisztikai módszereket. - Jól ismeri a fogyasztói magatartás szakterületének szókincsét.								
<i>Képesség:</i> - Képes elvégezni a fogyasztói magatartás ismeretrendszerét alkotó különböző elképzelések alapvető analízisét. - Képes alapvető összefüggések feltárására, elemzésére, következtetések levonására, ezek alapján döntést előkészítő javaslatok megfogalmazására. - Nemzetközi környezetben is képes hatékony munkavégzésre - Képes álláspontját szóban és írásban, magyar és idegen nyelven, a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálni. - Képes együttműködni más szakterületek képviselőivel, alkalmas projektben, csoportos feladatmegoldásban való részvételre.								
<i>Attitűd:</i> - A tantárgy elősegíti, hogy a hallgató a megfelelő tudás birtokában pozitív hozzáállással, kreatívan, magabiztosan kezeljen egy üzleti problémát. - Fogékony az új információk befogadására, új szakmai ismeretekre, nyitott a vállalkozás tágabb gazdasági, társadalmi környezetének változásai iránt.								
<i>Autonómia és felelősség:</i> - A hallgató munkája során önállóan el tud mélyülni a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők egyes részterületeiben, továbbfejleszti magát. - Gazdálkodó szervezetben a kereskedelmi és marketing folyamatokat szervezi, irányítja és ellenőrzi. - Munkáját a szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartásával végzi.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								

A kurzus a következő témaköröket tekinti át: tanulási elméletek, percepció, észlelés, érzékelés folyamata, az attitűd, motiváció és személyiség szerepe a fogyasztók magatartásában, társadalmi befolyásoló tényezők, kulturális értékek, a fogyasztók szociális környezete (család, referenciacsoportok, véleményvezetők), szegmentum-specifikus tényezők, a vásárlási döntési folyamat és a vásárlás helye.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások, modern infokommunikációs eszközök felhasználásával. Az elméleti anyag illusztrációja esettanulmányokon keresztül. Konzultációs lehetőség biztosított.

Szemináriumokon:

- projektfeladat csoportmunkában: az elméleti előadások témaköreinek feldolgozása egy családon/választott termék/márkacsoporton keresztül,
- esettanulmányok alkalmazása,
- a témakörhöz kapcsolódó konkrét, aktuális vállalati esetek megbeszélése,
- csoportos prezentációk.

Értékelés

A jegy két részből tevődik össze:

- Egy írásbeli zárthelyi dolgozat a szorgalmi időszak végén.
- Szemináriumi munka/prezentációk csoportos és egyéni értékelése.

Kötelező szakirodalom:

- Hofmeister-Tóth Á. (2017). A fogyasztói magatartás alapjai. Budapest: Akadémia Kiadó
<https://doi.org/10.1556/9789630598897> (Letöltve: 2025. 07. 09. <https://mersz.hu/hofmeister-toth-a-fogyasztoi-magatartas-alapjai/>)
-

Ajánlott szakirodalom:

- Töröcsik M., Szűcs K. (2021). Fogyasztói magatartás. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634546351> (Letöltve: 2025. 07. 09. <https://mersz.hu/torocsik-szucs-fogyasztoi-magatartas/>)

Heti bontott tematika

1. hét	Tematika, követelményrendszer ismertetése. Bevezetés, a fogyasztói magatartás helye a marketingben. TE: A fogyasztói magatartás definíciója, a fogyasztás egyes szintjei, fogyasztói magatartás modelljei, a fogyasztói magatartást befolyásoló trendek.
2. hét	Tanulás, tanulási elméletek TE: Magatartáselméletek (klasszikus kondicionálás, operáns kondicionálás), magatartáselméletek és a marketing. Kognitív elméletek (megfigyeléses, ismétléses tanulás és a gondolkodás), kognitív elméletek és a marketing kapcsolata.
3. hét	Percepció, érzékelés, észlelés TE: Fogyasztói információ-feldolgozás (CIP elmélete), észlelési folyamat: áttörés (érzékelési küszöbök), figyelem (külső és belső befolyásoló tényezők), interpretáció (a rendezés szabályai).
4. hét	Az attitűd TE: Az attitűd jellemzői, funkciói, strukturált modellek és elméletek (háromkomponensű modell, sokváltozós modellek), a fogyasztói attitűd megváltoztatása, attitűd mérésének a lehetőségei.
5. hét	Motiváció személyiség TE: Motivumok és motiváció meghatározása és osztályozása (elsődleges-másodlagos, Murray, Maslow), személyiség meghatározása, személyiség-elméletek (típuselméletek, vonásméletek, pszichoanalízis, énképelmélet).

6. hét	A kultúra, kulturális értékek TE: A kultúra definíciója, jellemzői, a kultúra és az érték kapcsolata, az értékek mérése (RVS, LOV, Mains and chain modellek), kulturális különbségek, a kultúra hatása a gondolkodási és kommunikációs folyamatra.
7. hét	Társadalmi rétegződés és életstílus TE: Társadalmi rétegződés, társadalmi osztály, kapcsolatuk a marketinggel; életstílus definíciója, életstílus kutatások (AIO, VALS, VALS2, 4C's, GFK). Referenciacsoport hatása a döntésekre, referenciacsoport típusai, státusz és demonstratív fogyasztás, véleményvezetők szerepe a döntések befolyásolásában.
8. hét	A szociális környezet, a család szerepe TE: A család, háztartás fogalma és szerkezete, családi életciklus, családi döntési folyamat (döntési szerepek, szerepháromszög modell).
9. hét	Szegmentum-specifikus fogyasztói magatartás I. (nemek szerinti szegmentumok, gyerekek, fiatalok) TE: Gyermekmarketing három az egyben. Gender studies (nemek közötti különbségek): férfitípusok, az új férfi, férfiak és a vásárlás, nők életstílus-csoportjai, nők és a vásárlás, kommunikáció a nőkkel és férfiakkal.
10. hét	Szegmentum-specifikus fogyasztói magatartás II. (gyerekesek, szinglik, szeniorok) TE: Gyerekek befolyása a családi döntéshozatalra, család gyerekekkel és gyerek nélkül. Új életívcsoporthoz: szinglik, szinglitológia, marketinglehetőségek a szinglik számára; szeniorok, szeniortológia, marketing lehetőségek a szeniorok számára.
11. hét	A vásárlási döntés folyamata, típusai TE: A fogyasztási folyamat egyes szintjei, a döntés folyamata: problémafelismerés, információkeresés, alternatívák értékelése (kiválasztási modellek), vásárlási döntés (döntések típusai, érintettség), vásárlás utáni tapasztalat (kognitív disszonancia).
12. hét	A vásárlás helye és a vásárlói magatartás TE: Üzletválasztást befolyásoló tényezők: szituációs tényezők (társadalmi környezet, időtáv, megoldásra váró feladat, pillanatnyi állapot, fizikai környezet). A vásárlás helye: atmoszféra, az üzlet külső-belső környezete, arculata, térkialakítása, az áruk elhelyezése.
13. hét	Online fogyasztói magatartás TE: Aktualitások és trendek az online marketing területén. Korlátlan kapcsolatfelvétel, véleménynyilvánítás, tárolás, hozzáférés az információkhoz és mobilitás. Digitális fogyasztó: „prosumer”, „always on” fogyasztó.
14. hét	Zárthelyi dolgozat

A tantárgy neve:	magyarul:		Szolgáltatásmarketing				Kódja:	GT_AKMN603-17, GT_AKMN603
	angolul:		Services Marketing					
Felelős oktatási egység:			DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet, Marketing Tanszék					
Kötelező előtanulmány neve:							Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató			neve:		Dr. Kiss Marietta		beosztása:	egyetemi docens
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
megismerjék a szolgáltatásmarketing alapvető összefüggéseit és annak speciális marketing-eszközrendszerét. A kurzus aktuális és átfogó képet kíván nyújtani a szolgáltatásmarketingről, kiemelt hangsúllyal kezelve a fogyasztói elégedettség és a szolgáltatásminőség kérdését. A hallgatók a szolgáltatásmarketing alapjaival a marketingstratégiába illesztve ismerkedhetnek meg, az elmélet és a gyakorlat közti hidat az elméleti koncepciókra hozott gyakorlati példák teremtik meg. A kurzus nem csupán a szolgáltatóvállalatok számára alapvetően fontos tevékenységként értelmezi a szolgáltatásmarketinget, hanem a versenylőny forrásaként is a fizikai termékeket előállító vállalatok számára. A kurzus végső célja, hogy a mai üzleti környezet megértéséhez – és az abban való sikeres helytálláshoz – elengedhetetlen ismereteket és képességeket nyújtson.								

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- A hallgató rendelkezik a szolgáltatásmarketing alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, összefüggéseinek ismeretével.
- Átfogóan ismeri a szolgáltatásmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a szolgáltatásmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri a szolgáltatásmarketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a szolgáltatásmarketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a szolgáltatásmarketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.
- Ismeri a fogyasztói, vevői magatartás folyamatát szolgáltatások esetén.
- Birtokában van a szolgáltatásmarketing-tudomány alapvető szakmai szókincsének.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez a szolgáltatásmarketing területén, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin - és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi környezetben is.
- Elvégzi a szolgáltatásmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analizisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat.
- Képes a szolgáltatásmarketing rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketingdöntéseket előkészítő marketingkutatási feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére szolgáltatóvállalatoknál.
- Képes a szolgáltatóvállalatok marketing adatbázisainak kezelésére, a szekunder marketingkutatási információk és adatok elemzésére.
- Megérti és használja a szolgáltatásmarketing szakterület jellemző online és nyomtatott szakirodalmát.
- Képes felismerni a szolgáltatásmarketing-problémákat, megoldásukat megtervezi, megvalósítja.

Attitűd:

- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra a szolgáltatásmarketing területén, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására.
- Törekszik szolgáltatásmarketing-tudásának fejlesztésére.

Autonómia és felelősség:

- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális szolgáltatásmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal szolgáltatásmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A szolgáltatások fogalma, típusai; A szolgáltatások menedzsmentjének sajátosságai; A szolgáltatások pozicionálása; Fogyasztói magatartás a szolgáltatásoknál; Szolgáltatásminőség; Vevői elégedettség és vevőmegtartás; Panaszkezelés; A szolgáltatástermék; Szolgáltatások árazása; Az értékesítés lehetőségei a szolgáltatásoknál; A szolgáltatások kommunikálása; Szolgáltatási folyamatok és rendszerek; A szolgáltatások megfogható elemei; Az emberierőforrás-menedzsment szerepe a szolgáltatásokban; Nemzetközi szolgáltatásmarketing; Sikeres szolgáltatási stratégiák.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások (az előadás diáit a hallgatók tanulás céljából megkapják), tantermi vita, megbeszélés, otthoni felkészülés a kötelező és opcionálisan az ajánlott irodalomból, online házi és gyakorló feladatok.

Értékelés

Az előadásokon való aktív részvétel elvárt. A házi feladatok megoldására egy hét áll a rendelkezésre, későbbi beadása naponta 20%-kal csökkenti az egyébként érte kapott pontot. A félév írásbeli vizsgával zárul. A félév végi

jegy a következőképpen áll össze (a jobbik eredmény lesz figyelembe véve):

A opció: írásbeli vizsga: 100%

B opció: online házi feladatok: 20% ÉS írásbeli vizsga: 80%

Érdemjegyek:

0–50% elégtelen (1)

51–62% elégséges (2)

63–74% közepes (3)

75–86% jó (4)

87–100% jeles (5)

Kötelező szakirodalom:

KENESEI ZSÓFIA–KOLOS KRISZTINA (2014): Szolgáltatásmarketing és -menedzsment. Alinea Kiadó, Budapest

Ajánlott szakirodalom:

BARON, S.–HARRIS, K.–HILTON, T. (2009): Services Marketing: Text and Cases. 3rd edition, Palgrave Macmillan, Basingstoke

LOVELOCK, C. H.–WIRTZ, J. (2012): Services Marketing: People, Technology, Strategy. 7th edition, global edition, Pearson, Boston

VERES ZOLTÁN (2005): Szolgáltatásmarketing. Műszaki Kiadó, Budapest

VERES ZOLTÁN (2017): A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Akadémiai Kiadó, Budapest

WIRTZ, J.–LOVELOCK, C. H. (2017): Essentials of Services Marketing. 3rd edition, Pearson, Harlow

Heti bontott tematika

1.	Követelmények ismertetése. A szolgáltatások fogalma, típusai TE* A hallgatók megismerkednek a szolgáltatások és a szolgáltatásmarketing fogalmával, a szolgáltatások nemzetgazdasági és világgazdasági jelentőségével, a szolgáltatások marketing mixével, a szolgáltatások különböző szempontok szerinti csoportosítási lehetőségeivel.
3.	A szolgáltatások menedzsmentjének sajátosságai TE A hallgatók megismerik a szolgáltatások négy sajátosságát (megfoghatatlanság, szétválaszthatatlanság, változékonyság, tárolhatatlanság), az ezekből eredő problémákat és azok kezelési lehetőségeit.
5.	A szolgáltatások pozicionálása. Fogyasztói magatartás a szolgáltatásoknál TE Bemutatásra kerülnek a szolgáltatások szegmentálási lehetőségei, pozicionálásának folyamata és lehetőségei, illetve a szolgáltatások újrapozicionálása. A hallgatók megismerik a fogyasztói döntési folyamatot szolgáltatások esetén, részletesen megismerkednek annak szakaszaival.
7.	Szolgáltatásminőség TE A hallgatók megismerik a szolgáltatások sajátosságainak hatását a minőségre, a szolgáltatásminőség fogalmát, az észlelt szolgáltatásminőség dimenzióit, az elvárások szerepét a minőségészlelésben, a GAP-modellt, a Servqual módszert, a szolgáltatásminőség információs rendszerét, a szolgáltatásminőség biztosításának legfontosabb eszközeit, illetve a garancia szerepét a szolgáltatások minőségmenedzsmentjében.
9.	Vevői elégedettség és vevőmegtartás. Panaszkezelés TE A hallgatók betekintést nyernek a vevői elégedettség fogalmába, mérési lehetőségeibe és annak problémáiba, a vevői lojalitás fogalmába és mérési lehetőségeibe, az elégedettség és lojalitás kapcsolatába, a vevőmegtartás fontosságába és eszközeibe (törzsvásárlói programok, CRM). Megismerik a panaszkezelési paradoxont, a panaszok mérési lehetőségeit, a vevők panaszkodási szokásait, illetve a panaszkezelés folyamatát.
11.	A szolgáltatástermék TE A hallgatók megismerik a szolgáltatástermék molekulamodelljét és „virágmodelljét”, a szolgáltatásinnováció lehetőségeit, az innovációs folyamatot, valamint a szolgáltatások márkázási lehetőségeit.
13.	Szolgáltatások árazása TE A hallgatók megismerkednek a szolgáltatások árazásának „háromlábú” modelljével, a szolgáltatások árazásának sajátosságaival, a szegmentált árképzéssel, a bizonytalanságcsökkentő, a kapcsolatorientált és a hatékony árázással.
15.	Az értékesítés lehetőségei a szolgáltatásoknál TE A hallgatók betekintést nyernek a szolgáltatóvállalatok telephelyválasztási kérdéseibe, a helyhez kötöttség alternatíváiba, az elektronikus szolgáltatások jellemzőibe, illetve a szolgáltatások egy speciális értékesítési csatornájaiba, a franchise-ba.
17.	A szolgáltatások kommunikálása

	TE A hallgatók megismerik a szolgáltatások kommunikációjának sajátosságait és lehetőségeit, a marketingkommunikációs folyamatot és a kommunikációs mix elemeit szolgáltatások esetén.
19.	Szolgáltatási folyamatok és rendszerek TE A hallgatók megismerik a szolgáltatási folyamat tervezésének alapelveit, a folyamattervezés egy eszközét (blueprinting), a szolgáltatások újratervezési lehetőségeit, az önkiszolgáló technológiákat, a kereslet és a kínálat egyensúlytalanságának problémáit és kezelési lehetőségeit (beleértve a sorbanállási és foglalási rendszereket), illetve a hozammenedzsment alapjait.
21.	A szolgáltatások megfogható elemei TE A hallgatók megismerik a fizikai környezet funkcióit, elemeit, a szolgáltatásélmény hangulatát meghatározó tényezőket, a szolgáltatáskörnyezet hatásmodelljét, a szolgáltatáskörnyezet kutatásának módszereit.
23.	Az emberierőforrás-menedzsment szerepe a szolgáltatásokban TE Bemutatásra kerül a szolgáltatás-nyereség lánc, a frontvonalban dolgozók konfliktusai, a belső marketing és az emberierőforrás-menedzsment szerepe a magas szintű szolgáltatásokban, a szervezeti kultúra szerepe, illetve a vevő mint a vállalat önkéntes munkatársa.
25.	Nemzetközi szolgáltatásmarketing TE A hallgatók megismerik a szolgáltatóvállalatok nemzetköziesedésének elméleti kereteit, beleértve a nemzetköziesedés lehetőségeit és korlátait, a nemzetközi piacra lépési módokat, a külpiacra lépés okait, valamint a kultúra szerepét a nemzetköziesedésben.
27.	Sikeres szolgáltatási stratégiák TE A hallgatók betekintést nyernek a szolgáltatóvállalatok sikeres működésének alapelveibe, a kudarc kialakulásának folyamatába, valamint a marketing, az operatív működés és a HR összhangjának fontosságába, végül a leadership szerepét is megismerik a szolgáltatóvállalatoknál.

A tantárgy neve:		magyarul:		Marketingcsatorna tervezése és elemzése				Kódja:	GT_AKMN605-17 GT_AKMNS605-17		
		angolul:		Marketing Channels Planning and Audit							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve			
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	0	Heti	2	G	3	magyar			
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:		egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja,											
A hallgatók megismertetése a marketing csatornák tervezésének és elemzésének témakörével.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.											
Képesség:											
Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.											
Attitűd:											
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.											
Autonómia és felelősség:											
Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A kurzus a marketing csatornák különböző típusainak megismerését tűzi ki célul, a marketing csatornák tervezésének módszereit, az értékesítési rendszer stratégiai feladatait tekinti át.											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
Előadások és a gyakorlatok tananyagának megismerése. Az aláírás feltételeként egy szóbeli prezentáció megtartása. A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű. Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges.											
Értékelés											
Szóbeli vizsga											
Kötelező szakirodalom:											
Agárdi I. : Kereskedelmi marketing és menedzsment. Akadémiai Kiadó, 2010											
Couglan, A.T., Stern, L.W., Anderson, E., El-Ansary, A.I.: Marketing Channels (6th edition edition)2006, Prentice Hall											
Ajánlott szakirodalom:											
Bauer András - Berács József: "Marketing" Aula Könyvkiadó, 1998.											

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés a kereskedelembe TE*Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
3.	Kereskedelmi formák, üzlettípusok TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Együttműködési lehetőségek az értékesítési csatornáknál TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
7.	Fogyasztói magatartás a kiskereskedelemben TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9.	Kiskereskedelmi stratégia TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
11.	Választékpolitika TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
13.	Az áruválaszték tervezése TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
15.	Ár- és akciópolitika a kiskereskedelemben TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
17.	Kiskereskedelmi kommunikáció TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
19.	Kereskedelmi szolgáltatások TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
21.	Kereskedelmi üzletek kialakítása TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
23.	Kereskedelmi telephely kiválasztása TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
25.	Áru- és információáramlás a kereskedelmi csatornáknál TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
	Kereskedelmi vállalatok teljesítményének mérése TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Nemzetközi marketing				Kódja:	GT_AKMN606, GT_AKMN606-17			
		angolul:		International Marketing								
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet, Marketing Tanszék								
Kötelező előtanulmány neve:									Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat								
Nappali	X	Heti	2	Heti	1	K		4	magyar			
Levelező		Féléves		Féléves								
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Kiss Marietta			beosztása:	egyetemi docens		
A kurzus célja, hogy a hallgatók												
betekintést nyerjenek a nemzetközi üzleti lehetőségek felismerésének, a marketing döntések nemzetközi piaci környezetben való megalapozásának, előkészítésének és eredményes végrehajtásának kérdésköreibe. Az alapvető elméleti ismeretek gyakorlati elmélyülését esettanulmányok megoldása is segíti.												
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul												
<i>Tudás:</i>												
- Rendelkezik a nemzetközimarketing-tudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek ismeretével. - Ismeri a csoportmunkában való együttműködés szabályait és etikai normáit. - Ismeri a nemzetközi vállalkozásokhoz kapcsolódó marketing szakterület alapjait. - Birtokában van a nemzetközimarketing-tudomány alapvető szakmai szókincsének anyanyelvén.												
<i>Képesség:</i>												
- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemmez a nemzetközi marketing területén, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin - és részben ismeretlen - nemzetközi környezetben is. - A fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban, a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálja. Megérti és használja a nemzetközi marketing szakterület jellemző online és nyomtatott szakirodalmát. - Csoportos feladatmegoldásban vesz részt, a gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően azokban a tevékenységet vezeti, szervezi, értékeli, ellenőrzi. - Tisztában van a nemzetközi, multikulturális környezetben végzett marketingmunka végzésének sajátosságaival.												
<i>Attitűd:</i>												
- Csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. - Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra a nemzetközi marketing területén, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására. - Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére. - Kritikusan viszonyul saját, illetve a társai tudásához, munkájához és magatartásához. Kész a hibák kijavítására.												
<i>Autonómia és felelősség:</i>												
- Önállóan szervezi meg a nemzetközi marketingfolyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését. - Az elemzéseit, következtetéseit és döntéseit felelősséget vállal. - Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén. - Önállóan kíséri figyelemmel a társadalmi-gazdasági-jogi környezet nemzetközi marketingtevékenységet érintő változásait.												
A kurzus rövid tartalma, témakörei												
A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A nemzetközi marketing fogalma, koncepciói; A külpiacon lépés motivátorai és akadályai; Nemzetközi piackutatás; Makro- és mikrokörnyezet-elemzés a nemzetközi marketingben; Nemzetközi piacszegmentáció és célpiacképzés; A külpiacon lépés formái; Nemzetközi termék-, promóciós, ár- és												

disztribúciós politika.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások (az előadás diáit a hallgatók tanulás céljából megkapják), tantermi vita, megbeszélés, otthoni felkészülés a kötelező és opcionálisan az ajánlott irodalomból, órai és otthoni egyéni és csoportfeladatok (esettanulmány-feldolgozás).

Értékelés

Az előadásokon való részvétel elvárt. A szemináriumokon való részvétel kötelező, maximum 2 igazolatlan hiányzás megengedett; a szemináriumok több mint 50%-áról való igazolt és/vagy igazolatlan távolmaradás az aláírás megtagadásával jár. A félév során a hallgatók egyénileg és kis csoportokban dolgoznak, a kiadott feladatokat órán és/vagy otthon oldják meg. A házi feladatok megoldására egy hét áll a rendelkezésre, a későbbi megoldás naponta 20%-kal csökkenti az egyébként megszerzett pontot. A feladatok végzésétől való távolmaradás az aláírás megtagadásával jár, az órai és a házi feladatok nem pótolhatók, nem helyettesíthetők mással, a határidő nem hosszabbítható. A csoportfeladatok esetén a késedelmes beadás/beszámolás szemináriumonként 50%-kal csökkenti a feladatra járó pontszámot. A hallgatók fejenként maximum 1 kiselőadást vállalhatnak valamilyen nemzetközi marketing témából, melyért darabonként maximum 5 százalékpontot kaphatnak. A félév írásbeli vizsgával zárul. A házi és csoportos feladatokra kapott pontszámok az ismétlővizsgák eredményébe is beszámítanak.

A félév végi jegy a következőképpen áll össze:

- Csoportos feladatok: 20%
- Egyéni házi feladatok: 10%
- Vizsga: 70%

Érdemjegyek:

0–50%	elégtelen (1)
51–62%	elégséges (2)
63–74%	közepes (3)
75–86%	jó (4)
87–100%	jeles (5)

Kötelező szakirodalom:

DELI ZSUZSA (2006): Nemzetközi marketing. Műegyetemi Kiadó, Budapest

Ajánlott szakirodalom:

ALBAUM, GERALD–DUERR, EDWIN–JOSIASSEN, ALEXANDER (2016): International Marketing and Export Management. 8th Edition, Pearson

CATEORA, PHILIP R.–MONEY, R. BRUCE–GILLY, MARY C.–GRAHAM, JOHN L. (2020): International Marketing. 18th Edition, McGraw-Hill, New York

DANKÓ LÁSZLÓ (1998): Nemzetközi marketing. Pro Marketing Egyesület, Miskolc

ESZES ZOLTÁN–SZABÓNÉ STREIT MÁRIA–SZÁNTÓ SZILVIA–VERES ZOLTÁN (szerk.) (2001): Globális Marketing. Műszaki Könyvkiadó, Budapest

GREEN, MARK C.–KEEGAN, WARREN J. (2020): Global Marketing: Global Edition, 10th Edition, Pearson

MALOTA ERZSÉBET (szerk.) (2015): Marketing nemzetközi szintén: esettanulmányok hazai és külföldi piacokról. Alinea, Budapest

MALOTA ERZSÉBET–KELEMEN KATALIN (szerk.) (2011): Nemzetközi marketing a hazai gyakorlatban. Pearson Custom Publishing, Budapest

REKETTYE GÁBOR–FOJTIK JÁNOS (2009): Nemzetközi marketing. Dialóg Campus Kiadó, Budapest

REKETTYE GÁBOR–TÓTH TAMÁS–MALOTA ERZSÉBET (2015): Nemzetközi marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest

TÓTH TAMÁS (2009): Nemzetközi marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés, követelmények ismertetése. A nemzetközi marketing fogalma, koncepciói TE* A hallgatók megismerik a nemzetközi marketing definícióját, fokozatait, koncepcióinak hagyományos és újszerű csoportosítását, a sztenderdizálás és adaptáció kérdéseit, az önreferencia-kritériumot és a nemzetközi marketingtevékenység folyamatát.
3.	A külpiaira lépés motivátorai és akadályai TE A hallgatók betekintést nyernek a külpiaira lépés reaktív és proaktív motivátoraiba, valamint akadályaiiba.
5.	Nemzetközi piackutatás TE A hallgatók megismerik a nemzetközi piackutatás fogalmát, sajátosságait, folyamatát, beleértve a nemzetközi környezetben használható piackutatási módszereket, azok specifikumait.
7.	Makrokörnyezet-elemzés a nemzetközi marketingben I. TE A hallgatók részletesen megismerkednek a makrokörnyezet kulturális elemével mint a nemzetközi marketing hangsúlyos részével, bemutatásra kerül számos kultúramodell, illetve az idegen kultúrához való alkalmazkodás kérdésköre.
9.	Makrokörnyezet-elemzés a nemzetközi marketingben II. TE A hallgatók megismerik a makrokörnyezet további elemeit: a gazdasági, a politikai (beleértve a politikai kockázatokat), a jogi (beleértve a főbb jogrendszerek eltéréseit), a földrajzi és a technológiai környezetet. Végül tárgyalásra kerül az üzleti távolság fogalma.
11.	Mikrokörnyezet-elemzés a nemzetközi marketingben TE A hallgatók megismerik a nemzetközi marketingtevékenység megalapozásához szükséges mikrokörnyezet-elemzés részeit: bemutatásra kerülnek a fogyasztói magatartás, a versenytársak elemzésének, valamint a beszállítók és egyéb partnerintézmények nemzetközi vonatkozásai.
13.	Nemzetközi piacszegmentáció és célpiacképzés TE A hallgatók megismerik a nemzetközi piacszegmentáció fogalmát és lépéseit, a nemzetközi célpiacképzés fogalmát és stratégiáit.
15.	A külpiaira lépés formái TE A hallgatók tisztában lesznek a külpiaira lépés formáját meghatározó tényezőkkel, a külpiaira lépés formáinak különböző csoportosításával, a lehetséges külpiaira lépési formák (direkt és indirekt export, licenc-értékesítés, franchise, szerződéses termeltetés, közös vállalkozás, közvetlen külföldi tőkebefektetés) jellemzőivel, előnyeivel és hátrányaival.
17.	Nemzetközi termékpolitika I. TE A hallgatók megismerik a sztenderdizálás és adaptálás termékpolitikai kérdéseit, a nemzetközi termékpolitikai stratégiákat, beleértve az új termék fejlesztésének stratégiáját is.
19.	Nemzetközi termékpolitika II. TE A hallgatók betekintést nyernek a nemzetközi termékszerkezet tervezésének kérdéseibe, valamint egyéb termékpolitikai döntésekbe (nemzetközi termékvonat és időzítés, nemzetközi minőségpolitika, nemzetközi márkapolitika, nemzetközi csomagolás és címkézés – beleértve az ország eredet-hatást, nemzetközi fogyasztói kiszolgálás).
21.	Nemzetközi promóciós politika TE A hallgatók megismerik a nemzetközi promóciós politika lehetséges céljait, elemeit (nemzetközi reklám, vásárlásösztönzés, PR, személyes eladás), illetve stratégiáját.
23.	Nemzetközi árpolitika TE A hallgatók ismerik a nemzetközi árpolitikai célokat, a nemzetközi ármeghatározás módszereit, az alkalmazható árkedvezményeket, felárat, a globális és lokális árak kérdéskörét, valamint a fizetési eszközöket és módokat.
25.	Nemzetközi disztribúciós politika TE A hallgatók megismerik a disztribúciós csatorna lehetséges típusait a külpiaira lépési módozattól függően, a disztribúciós csatorna struktúrájának kérdéseit, tervezési szempontjait, a fuvarozási formákat, a fuvarozási költségek és kockázatok megosztásának lehetséges módjait, a raktározás kérdéseit, illetve a nemzetközi disztribúciós stratégiák típusait.
27.	Összefoglalás, ismétlés TE A hallgatók elmélyítik a félév folyamán tanultakat, választ kapnak az esetleges kérdéseikre.

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Reklám és reklámtervezés		Kódja:	GT_AKMN607-17		
		angolul:		Advertising and advertising planning			GT_AKMNS607-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet, Marketing Tanszék					
Kötelező előtanulmány neve:				-			Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	+	Heti	-	Heti	2	Gy	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Kontor Enikő		beosztása: egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók az integrált marketingkommunikációs megközelítésen belül el tudják helyezni a reklám szerepét. Megismerkednek a reklám pszichológiai aspektusaival, hatásmechanizmusával. A klasszikus megközelítések mellett a kurzus hangsúlyt fektet az „új média” megközelítésekre, a klasszikus és modern eszközök kombinálásának lehetőségeire. A kurzus eredményeként olyan ismeretekre tesznek szert, amely lehetővé teszi reklámkampány megtervezését, mind vállalati, mind ügynökségi oldalról.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
• Rendelkezik a reklám és reklámtervezés alapvető fogalmaival, befolyásoló tényezőnek ismeretével. • Átlátja a média- és reklámtervezés rendszerét, összefüggéseit, lépéseit. • Tisztában van a média világának új trendjeivel, a hagyományos és modern reklámeszközök fogalmával. • Elsajátítja egy reklámkampány megtervezésére alkalmas korszerű matematikai-statisztikai módszereket. • Jól ismeri a reklám és média szakterületének szókincsét.									
Képesség:									
• Képes elvégezni a reklámtervezéshez szükséges információk, adatok alapvető analízisét. • Képes alapvető összefüggések feltárására, elemzésére, következtetések levonására, ezek alapján döntést előkészítő javaslatok megfogalmazására. • Nemzetközi környezetben is képes hatékony munkavégzésre • Képes álláspontját szóban és írásban, magyar és idegen nyelven, a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálni. • Képes együttműködni más szakterületek képviselőivel, alkalmas projektben, csoportos feladatmegoldásban való részvételre.									
Attitűd:									
• A tantárgy elősegíti, hogy a hallgató a megfelelő tudás birtokában pozitív hozzáállással, kreatívan, magabiztosan kezeljen egy reklámtervezési feladatot. • Fogékony az új szakmai ismeretekre, nyitott a kommunikációs környezet változásainak a befogadására és adaptálására.									
Autonómia és felelősség:									
• A hallgató munkája során önállóan el tud mélyülni a kommunikáció/reklám világának egyes részterületeiben, továbbfejleszti magát. • Gazdálkodó szervezetben a kereskedelmi és marketing folyamatokat szervezi, irányítja és ellenőrzi. • Munkáját a szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartásával végzi.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A kurzus a következő témaköröket tekinti át: A reklám fogalma, helye az integrált marketingkommunikációban, reklám alapfogalmak, a pszichológia szerepe a reklámban. A reklám típusai, az új média. A márka személyiségének kiépítése a reklámon keresztül. A reklám speciális megjelenési formái: gerillareklám, TCR. A reklám működésének jogi háttere. Médiautatási és reklámtervezési alapismeretek. A reklám kreatív koncepciója.									

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

- Előadások, modern infokommunikációs eszközök felhasználásával. Az elméleti anyag illusztrációja reklámokon, vállalati példákon keresztül. Konzultációs lehetőség biztosított.
- Csoportos projektfeladat: egy választott termék reklámtervének összeállítása (a csoport a vállalati és az ügynökségi feladatokat is ellátja).

Értékelés

- Írásbeli zárthelyi dolgozat a szorgalmi időszak utolsó hetében.
- A projektfeladat szóbeli prezentációja két részre bontva.
- A reklámterv írásban történő kidolgozása és beadása a félév végén.

Kötelező szakirodalom:

- Horváth D., Nyirő N., Csordás T. (szerk.) (2016). Médiaismeret. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597241> (Letöltve: 2025. 07. 09. <https://mersz.hu/horvath-nyiro-csordas-mediaismeret/>)
- Horváth D., Bauer A. (szerk.) (2016). Marketingkommunikáció. Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597227> (Letöltve: 2025. 07. 09. <https://mersz.hu/horvath-bauer-marketingkommunikacio/>)
- Boronkai Dóra (2011): Reklám és pszichológia, Pécsi Tudományegyetem
- Sas István (2007): Reklám és pszichológia. Kommunikációs Akadémia Könyvtár, Budapest
- Előadások anyaga

Ajánlott szakirodalom:

- Móricz Éva – Téglássy Tamás (2004): Kreatív tervezés a reklámban, Aula Kiadó, Budapest. (2. és 3. rész)
- Virányi Péter (2015): A reklám fogalomtára, Gondolat Kiadó Budapest
- Sas István (2012): Reklám és pszichológia a webkorszakban, Kommunikációs Akadémia, Budapest
- Kaszás György (2014): Reklámcsinálás – A kis adrenalinjáték, HVG könyvek, Budapest

Heti bontott tematika

1. hét	Tematika, követelményrendszer ismertetése. Bevezetés, a reklám alapjai. TE: Reklám meghatározása, elkülönítése más kommunikációs eszközöktől. Információs-média és digitális forradalom, új média platformok. a reklámpiac szereplői (ügynökségek, piackutatók, médiaügynökségek, reklámszakmai szervezetek).
2. hét	Reklámhordozók, reklámeszközök. a reklámeszközök csoportosítása. Integrált marketingkommunikáció. TE: Reklámhordozók és eszközök meghatározása, csoportosítása (ATL, BTL). Új média. Online marketing. Integrált marketingkommunikációs tervezés – hagyományos és modern eszközök kombinálása.
3. hét	Reklámpszichológia TE: A pszichológia szerepe a reklámban, kapcsolata a társtudományokkal. A reklám hatásmechanizmusa (AIDA, Dagmar, Rogers, Ad-force). Érzékelés, észlelés, figyelem felkeltése, emlékezés. Attitűd- és motivációkutatások.
4. hét	Reklámtervezés TE: MI-HO-KI elv, 4C vagy 5M módszer. A kampánytervezés folyamata: vállalati és ügynökségi feladatok összehangolása. A kreatív brief. STP, marketingstratégia, kommunikációs stratégia.
5. hét	Médiakutatás TE: A hatékonyság mérésének a módjai. Médiatervezési mérőszámok (offline és online médiára vonatkozóan).
6. hét	Kreatív briefing prezentációja csoportonként. Marketingstratégia, kommunikációs stratégia.
7. hét	A reklám kreatív koncepciója I. – a vizuális kommunikáció elemei

	TE: Reklámötletelés, a kreatív gondolat. A vizuális élmény – a látvány, a kép, formák és színek. Képkötés az egyes eszközökön.
8. hét	A reklám kreatív koncepciója II. – a szavak szerepe. TE: A szövegírás technikája. A reklámn nyelv, a szavak szerepe a vizuális, az auditív és az audio-vizuális reklámokban. Kép és szöveg kölcsönhatása.
9. hét	Márkák, márkaépítés, márkaszemélyiség TE: Márkák és reklám kapcsolata. Márkák felépítése, márkaszemélyiség kialakítása. Lovemarks – szeretetmárkák. Élmény a márkákhoz kapcsolódóan.
10. hét	A gerillareklámok TE: A gerillareklám meghatározása, különböző formái. Helye az integrált marketingkommunikációs tevékenységben. ambient marketing, flash-mob, WOM, buzz, astrosurfing. Vírusmarketing.
11. hét	Társadalmi célú reklámok TE: A társadalmi célú reklámok célja, szerepe, története, fajtái, szabályozása.
12. hét	Médiaszabályozás – jogi, gazdasági, etikai és önszabályozás TE: Médiatörvény, Reklámtörvény, Fogyasztóvédelmi törvény, Versenytörvény, Szerzői Jogi törvény, Adatvédelmi törvény, Reklámadó törvény, Reklámetikai kódex, önszabályozás.
13. hét	Kreatív és médiastratégia prezentációja csoportonként.
14. hét	Zárthelyi dolgozat

A tantárgy neve:		magyarul:		Nonprofit és kisvállalati marketing				Kódja:	GT_AKMN608-17 GT_AKMNS608-17			
		angolul:										
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet								
Kötelező előtanulmány neve:									Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat								
Nappali	X	Heti	0	Heti	2	Gyak.		3	magyar			
Levelező		Féléves		Féléves								
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András			beosztása:		egyetemi docens	
A kurzus célja,												
A hallgatók megismertetése a nonprofit és kisvállalati marketing alapjaival.												
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul												
Tudás:												
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.												
Képesség:												
Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatási feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.												
Attitűd:												
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.												
Autonómia és felelősség:												
Az elemzésekért, következtetéseieiért és döntéseieiért felelősséget vállal.												
A kurzus rövid tartalma, témakörei												
A kurzus során a hallgatók megismerkednek a nonprofit szektor kialakulásával, sajátosságaival, a marketing eszköztárának alkalmazási lehetőségeit ezen környezetben, a kisvállalatok hazai sajátosságaival, a KKV-k körében alkalmazható marketingeszközök körével, alkalmazásuk speciális feltételeivel.												
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek												
Esettanulmányok, számítási feladatok												

Értékelés

A hallgatók értékelése vizsgaidőszakban írt írásbeli (tesztjellegű) vizsgával történik. A ponthatárok (százalékosan):

0-60%-elégtelen

61-70%-elégséges

71-80%-közepes

81-90%-jó

91-100%-jeles

A hallgatóknak lehetőségük van többletfeladatként (a vizsgába beszámítva) +10%-ért egy beadandó készítésére (tehát a beadandó elkészítése nem követelménye a tárgy teljesítésének). A dolgozat témája: egy választott nonprofit szervezet bemutatása. Kitérve a szervezet céljaira és a célokat indukáló problémákra.

Kötelező szakirodalom

Rekett Gábor: Kisvállalati marketing. Akadémiai Kiadó, 2008

Chikán Attila: Vállalatgazdaságtan. Aula Kiadó, 2008

Hetesi Erzsébet, Veres Zoltán: Nonbusiness marketing. Akadémiai Kiadó, 2013

Ajánlott irodalom

Bauer András - Berács József: "Marketing" Aula Könyvkiadó, 1998.

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés, követelmények ismertetése, nonprofitmarketing bevezető TE*Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
3.	A KKV-k sajátosságai TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Piacorientáció TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
7.	Innováció TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9.	Az innováció menedzselése TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
11.	Tavaszi szünet
12.	Projektmenedzsment TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
14.	A nonprofit marketing értelmezése, a nonprofit szektor kialakulása TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
16.	Társadalmi célú marketing TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
18.	Településmarketing + esettanulmány TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
20.	Kulturális marketing + esettanulmány TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
22.	Sportmarketing + esettanulmány TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
24.	Politikai marketing TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
	Profitorientált vállalatok nonprofit jellegű tevékenységei TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Online marketing			Kódja:	GT_AKMNS510-17 GT_AKMNS510-17
		angolul:		Online marketing				
Felelős oktatási egység:				DE GTK – Marketing és Kereskedelem Intézet				
Kötelező előtanulmány neve:				-			Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	igen	Heti	0	Heti	2	gyakorlati jegy	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
A tantárgy keretein belül a hallgatók megismerhetik az Internet széleskörű üzleti alkalmazási módjait. Az előadások során lehetőség nyílik a témakörrel kapcsolatos hazai és külföldi elméleti eredmények megismerésére. Az önálló feladatok (esettanulmányok) megoldása közben a hallgató kreativitása, a tanult ismeretek adaptálási készsége az elvárás. A félév végén a hallgatók egy esettanulmány feldolgozásával és egy írásbeli vizsga megírásával bizonyítják a megszerzett tudásukat.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.								
Ismeri a fogyasztói, vevői magatartás folyamatát, a fogyasztóvédelem területét.								
Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.								
Képesség:								
Az elemzés és a gyakorlati problémamegoldás során, ha szükséges, interdiszciplináris megközelítést alkalmaz.								
Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, multidiszciplináris kontextusban, új és eddig ismeretlen környezetben, nem teljes, illetve korlátozott információk mellett is.								
Képes szakmai elemzéseket, esettanulmányokat a szakmai közlés szabályai szerint közzétenni, szükség esetén idegen nyelven is.								
Attitűd:								
Hivatásának tartja a gazdaságtudományok átfogó gondolkodásmódjának és értékrendszerének, gyakorlati működése alapvető jellemzőinek hiteles közvetítését munkahelyi környezetben és azon kívül, szakmai és nem szakmai közönség számára is.								
Autonómia és felelősség:								
Szervezetpolitikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns probléma megoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés-előkészítő, tanácsadói feladatokat.								
Társadalmi és közéleti ügyekben kezdeményező, felelős magatartást tanúsít a munkatársak, beosztottak vonatkozásában.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
A kurzus legfontosabb a témakörei a következők: az információs társadalom jellemzőinek és az internet kialakulásának megismerése; az online fogyasztói magatartás folyamatának jellemzése; az online marketing és eszközrendszerének részletes ismertetése; az egyes online marketing eszközök mérhetőségének feltérképezése; e-kereskedelmi üzleti modellek bemutatása.								
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek								
Az évközben elhangzottak ellenőrzésére vizsgaidőszakban (opcionálisan elővizsgaként a szemeszter végén) megírt írásbeli dolgozat szolgál, amelyet a hallgatóknak előzetesen rendelkezésre bocsátott vizsgakérdések alapján teljesítenek. A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű, amely egyben a kurzus aláírásának egyik feltétele is.								

Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges.

A nappali képzésen, a félév során néhány fős csoportokba sorolja az oktató a hallgatókat. A csoportoknak egy, az oktató által előzetesen elfogadott témakört kell feldolgozniuk a félév végéig. Ebből kb. 10 perces szóbeli prezentációt (ppt vagy prezi) kell bemutatniuk az utolsó órák egyikén. A prezentáció bemutatása a gyakorlatok megfelelő arányú látogatása mellett szintén az aláírás feltétele. Az egyes csoportokon belül a hallgatók egyenlően lesznek értékelve (kivétel ezalól, ha valamelyik hallgató valamiért nagyon nem jól teljesít).

Értékelés

Írásbeli vizsgadolgozat, illetve gyakorlati feladatok teljesítése együttesen kerül értékelésre. Az elméleti részhez kapcsolódó követelmények (írásbeli vizsgadolgozat) 60% (60 pont), míg a gyakorlatokhoz kapcsolódó követelmények (szóbeli prezentáció) 40% (40 pont) arányt tesznek ki. Mind az elméleti, mind a gyakorlati követelményeknek önállóan is meg kell felelni, a minimális szintet, a pontszám 51%-át el kell érni.

- 50 = elégtelen (1)

51 - 62 = elégséges (2) – 51%

63 - 74 = közepes (3) – 63%

75 - 86 = jó (4) – 75%

87 - 100 = jeles (5) – 87%

Kötelező szakirodalom:

Bányai Edit – Novák Péter (szerk) (2011): Online üzlet és marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest. ISBN: 9789630589864

Az előadások anyaga

Ajánlott szakirodalom:

Eszes István: Digitális gazdaságtan. Nemzeti Tankönyvkiadó, 2011 ISBN: 9789631971392

Heti bontott tematika	
1.	Követelményrendszer ismertetése, előzetes tapasztalatok megbeszélése <i>TE: A gyakorlatok céljának és teljesítésének megismerése.</i>
3.	Az információs társadalom és az internet kialakulása I. <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
5.	Az információs társadalom és az internet kialakulása II. <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
7.	Online fogyasztói magatartás <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
9.	Digitális/online marketing trendek az elmúlt években <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
11.	Az online marketing kialakulása és általános bemutatása; Weboldallal kapcsolatos általános jellemzők <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
13.	Keresőgép-marketing <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
15.	Display hirdetések és e-mail marketing <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
17.	Mobilmarketing <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
19.	Közösségi média <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
21.	Vírusmarketing és egyéb online marketing eszközök <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
23.	Webs statisztika, mérések, ROI <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
25.	E-kereskedelmi üzleti modellek és koncepciók <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
	Félév végi prezentációk hallgatók általi ismertetése. <i>TE: A hallgatók bemutatják a kidolgozott prezentációjukat a kurzus gyakorlati követelményeire vonatkozóan.</i>

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		Nemzetközi kereskedelempolitika				Kódja:	GT_AKMN032-17		
	angolul:		International Trade Policy					GT_AKMNS032-17		
Felelős oktatási egység:				Közgazdaságtan és Világgazdaságtan intézet						
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat						
Nappali	N	Heti	2	Heti	0	K	3	Magyar		
Levelező		Féléves		Féléves						
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Márkus Ádám		beosztása:		adjunktus
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása		
A kurzus célja, hogy a hallgatók										
megismerjék és megértsék a gazdaságpolitika, a külkereskedelmi folyamatok, valamint a külgazdasági politika alapvető funkcióit, determinációit és céljait.										

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan.
- Elsajátította a gazdaság mikro és makro szerveződési szintjeinek alapvető elméleteit és jellemzőit, birtokában van az alapvető információ-gyűjtési, matematikai és statisztikai elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, munkaszervezetben való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Birtokában van a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsének anyanyelvén és legalább egy idegen nyelven.

Képesség:

- Gazdasági tevékenységet, projektet tervez, szervez, kisebb vállalkozást, gazdálkodó szervezetet, irányít és ellenőriz. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Követi és értelmezi a világ gazdasági, nemzetközi üzleti folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzései, javaslatai, döntései során.
- Képes a vállalati kereskedelmi és marketing adatbázisok kezelésére, a szekunder marketingkutatási információk és adatok elemzésére, a szükséges specifikus szoftverek használatára.
- Képes hatékony munkára gazdasági, marketing és kereskedelmi projekteken, gazdálkodó szervezetekben.
- Megérti és használja a kereskedelem és marketing szakterület jellemző online és nyomtatott szakirodalmát magyar és idegen nyelven.
- Képes a fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban, magyar és idegen nyelven, a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálni.
- Képes felismerni a gazdasági, marketing és kereskedelmi problémákat, megoldásukat megtervezi, megvalósítja.
- Képes más tudásterületekkel és társadalmi-gazdasági alrendszerrel való együttműködésre.
- Írásban, szóban és modern infokommunikációs eszközökkel, idegen nyelven is képes kommunikálni.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Komplex megközelítést kívánó, illetve váratlan döntési helyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljes körű figyelembevételével meghozni döntését.
- Befogadó mások véleménye, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékek iránt (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is).

Autonómia és felelősség:

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Önállóan vezet, szervez, irányít gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet, munkacsoportot, illetve vállalkozást, kisebb gazdálkodó szervezetet, felelősséget vállalva a szervezetért és a munkatársakért.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális kereskedelem és marketing szakmai kérdések végig gondolását, és rendelkezésre álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal kereskedelmi és marketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A világgazdaság fejlődésének főbb állomásai. A kereskedelempolitika eszközrendszerének bemutatása, és jóléti hatásainak elemzése, politikai magyarázatai. A multilaterális intézményrendszer fejlődése és kritikái, lehetséges továbbfejlődésének útjai, a regionális integrációk kereskedelempolitikai vonatkozásai.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Modellszerű megvilágítás, számolások feladatok reális, a valósághoz közelítő példákkal.

Értékelés

Félév végi vizsgadolgozat (100%) Szorgalmi-házi feladatok (+10%)

0-52% elégtelen, 53-64% elégséges, 65-76% közepes, 77-87% jó, 88-110% jeles

Kötelező szakirodalom:

Krugman, P.R. – Obstfeld, M. (2003): Nemzetközi gazdaságtan, elmélet és gazdaságpolitika, Panem Kiadó, Budapest (8-11. fejezet)

Palánkai T. – Kengyel Á. – Kutasi G. – Benczes I. – Nagy S. Gy. (2011): A globális és regionális integráció gazdaságtana, Akadémiai Kiadó, Budapest (2, 3A, 4B fejezet)

Ajánlott szakirodalom:

Krugman, P.R. – Obstfeld, M. – Melitz, M.J. (2018): International Economics, Theory and Policy, 11th Edition, Pearson International Edition, ISBN10: 1-292-21635-2

Lynch, D. A. (2010): Trade and globalization – An introduction to regional trade agreements, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., Lanham

Hoekman, B.—Kostecki, M. M. (2001): The Political Economy of the World Trading System – The WTO and Beyond, Second Edition, Oxford University Press

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés
	TE: Követelményrendszer megismerése
2.	Világgazdaság, globalizáció, transznacionális vállalatok
	TE: A világgazdaság fejlődésének áttekintése, adatok megismerése a világ vezető vállalatairól
3.	A nemzetközi integráció értelmezései
	TE: A globális integráció elméleti hátterének megismerése
4.	Regionális integrációk I.
	TE: Az egyes kontinensek regionális integrációs kezdeményezéseinek feltérképezése
5.	Regionális integrációk II.
	TE: Az egyes kontinensek regionális integrációs kezdeményezéseinek feltérképezése
6.	Az európai integráció
	TE: Európa integrációs folyamatának kereskedelempolitikai vonatkozásai
7.	A kereskedelempolitika eszközei
	TE: A vámok, kvóták és exporttámogatások jóléti hatásainak elemzése
8.	A kereskedelempolitika politikai gazdaságtana
	TE: A szabadkereskedelemben történő beavatkozás motivációinak, indítékainak megismerése
9.	Kereskedelempolitika a fejlődő országokban
	TE: A fejlődő országok speciális gazdaságpolitikai felfogásainak kiértékelés
10.	Kereskedelempolitika a fejlett országokban
	TE: A nem tökéletes verseny miatt kialakuló stratégiai kereskedelempolitika megismerése
11.	Vámok jóléti hatásai I.
	TE: A vámok gazdasági szereplőkre kifejtett hatásainak számszerűsítése
12.	Vámok jóléti hatásai II.
	TE: A vámok gazdasági szereplőkre kifejtett hatásainak számszerűsítése
13.	Kvóták jóléti hatásai
	TE: A vámok gazdasági szereplőkre kifejtett hatásainak számszerűsítése
	Összefoglalás
	TE: A kurzus során elhangzott ismeretek rendszerezése, összegzése

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Nemzetközi üzleti ismeretek				Kódja:	GT_AKMNS501-17, GT_AKMNS501-17		
		angolul:		International business							
Felelős oktatási egység:				Közgazdaságtan és Világgazdaságtan Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				Kereskedelmi stratégiák specializáció választása				Kódja:			
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve			
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	x	Heti	2	Heti	1	K	3	magyar			
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. habil. Erdey László		beosztása:		egyetemi docens	
A kurzus célja, hogy a hallgatók megismerkedjenek az áruk és szolgáltatások külkereskedelmének alapvető koncepcióival, állami szabályozásának eszközrendszerével, legfontosabb nemzetközi intézményeivel, a hazai és a nemzetközi makro- és mikrokörnyezet közötti legjelentősebb különbségekkel, a külkereskedelem technikájának egyes részleteivel, valamint európai uniós és magyarországi szabályozásának logikájával és részleteivel.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
<i>Tudás:</i>											
Rendelkezik a gazdaságtudomány alapvető, átfogó fogalmainak, elméleteinek, tényeinek, nemzetgazdasági és nemzetközi összefüggéseinek ismeretével, a releváns gazdasági szereplőkre, funkciókra és folyamatokra vonatkozóan. Ismeri és érti a gazdálkodási folyamatok irányításának, szervezésének és működtetésének alapelveit és módszereit, a gazdálkodási folyamatok elemzésének módszertanát, a döntés-előkészítés, döntéstámogatás módszertani alapjait.											
<i>Képesség:</i>											
A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.											
- Követi és értelmezi a világgazdasági, nemzetközi üzleti folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns, kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzései, javaslatai, döntései során.											
- Képes a gazdasági folyamatok, szervezeti események komplex következményeinek meghatározására.											
Képes a gyakorlati tudás, tapasztalatok megszerzését követően kis- és közepes vállalkozást, illetve gazdálkodó szervezetben szervezeti egységet vezetni.											
<i>Attitűd:</i>											
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.											
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.											
Nyitott az adott munkakör, munkaszervezet, vállalkozás tágabb gazdasági, társadalmi környezetének változásai iránt, törekszik a változások követésére és megértésére.											
- Törekszik mások véleményét, az ágazati, regionális, nemzeti és európai értékeket (ide értve a társadalmi, szociális és ökológiai, fenntarthatósági szempontokat is) a döntések során felelősen figyelembe venni.											
<i>Autonómia és felelősség:</i>											
- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.											
- Önállóan szervezi meg a gazdasági folyamatok elemzését, az adatok gyűjtését, rendszerezését, értékelését.											
- Az elemzéseiért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.											
- Önállóan kíséri figyelemmel a társadalmi-gazdasági-jogi környezet szakterületét érintő változásait...											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
A piacok globalizációja és a cégek nemzetközivé válása. A nemzetközi üzleti élet kulturális környezete. Etika, társadalmi felelősség, fenntarthatóság és irányítás. A nemzetközi kereskedelem és beruházások elmélete. A nemzeti környezet politikai és jogi rendszerei. Kormányzati beavatkozás, regionális integrációk. Feltörekvő piacok. A nemzetközi pénzügyi rendszer. A globális cégek pénzügyi menedzsmentje és számvitele. A globális vállalatok stratégiája és szervezete. Piaci lehetőségek értékelése a globális piacokon. Export és globális outsourcing. Külföldi											

működőtőke-befektetések, tulajdoni alapú együttműködések, licensz, franchise és egyéb szerződéses együttműködések. A globális cégek marketing és humán erőforrás menedzsmentje
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Előadások és gyakorlatok a legfontosabb aktuális nemzetközi üzleti folyamatokra kitérve.
Értékelés A vizsgaidőszakban írt vizsgadolgozat. 0– 50% elégtelen (1), 51– 62% elégséges (2), 63– 74% közepes (3), 75– 86% jó (4), 87–100% jeles (5)
Kötelező szakirodalom: Blahó András, Czako Erzsébet, Poór József (szerkesztők): Nemzetközi menedzsment, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2015, kijelölt részek, ISBN 9789630595360 Az előadásokon és a szemináriumokon elhangzottak
Ajánlott szakirodalom: A Külgazdaság c. folyóirat számai S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, John R. Riesenberger (2020): International Business: The New Realities, Global ed., 5th edition, Pearson

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés, A nemzetközi üzleti ismeretek tárgyköre TE* A nemzetközi üzleti ismeretek kulcskonceptjeinek felvázolása. Megvilágítani, miben különböznek a nemzetközi tranzakciók a hazaiaktól. Azonosítani a nemzetközi üzleti élet legfontosabb szereplőit. Leírni a cégek nemzetközivé válásának legfontosabb okait. Miért érdemes nemzetközi üzleti ismereteket tanulni?
3.	A piacok globalizációja és a cégek nemzetközivé válása TE: A piacok globalizációja mint gondolati keretrendszer. A globalizáció előmozdítói. A technológiai fejlődés és a globalizáció. A globalizáció dimenziói. A piacok globalizációjának vállalati szintű következményei. A globalizáció társadalmi következményei.
5.	A nemzetközi üzleti élet kulturális környezete TE: Kultúra és kulturális kockázat, a kultúra dimenziói, a nyelv és a vallás szerepe a kultúrában, a kultúra hatása a nemzetközi üzleti kapcsolatokra, a kultúra modelljei és magyarázatai, a kultúra hatása a menedzsment folyamatokra
7.	Etika, társadalmi felelősség, fenntarthatóság és irányítás TE: Az etikus viselkedés és jelentősége a nemzetközi üzleti életben. Etikai kihívások a nemzetközi üzleti kapcsolatokban. A vállalatok társadalmi felelőssége. Fenntarthatóság. A vállalati kormányzás szerepe. Az etikus viselkedés keretrendszere.
9.	A nemzetközi kereskedelem és beruházások elmélete TE: Miért kereskednek a nemzetek? Hogyan növelhetik a nemzetek versenyképességüket? Miért és hogyan válnak a vállalatok nemzetközivé? Milyen stratégiákkal szerezhet a nemzetközivé váló vállalat versenyelőnyöket és hogyan tarthatja fenn azokat?
11.	A nemzeti környezet politikai és jogi rendszerei TE: A politikai és a jogi környezet. Politikai rendszerek. Jogrendszerek. A politikai és jogi rendszerek szereplői. A politikai rendszerből fakadó országhozzá tartozó típusok azonosítása. A jogrendszerből fakadó országhozzá tartozó típusok azonosítása. Az országhozzá tartozó menedzsmentje
13.	Kormányzati beavatkozás, regionális integrációk TE: A kormányzati beavatkozások természete. A kormányzati beavatkozás eszköztárára. A kormányzati beavatkozások evolúciója és következményei. A vállalatok lehetséges reakciói a kormányzati beavatkozásokra. A regionális integráció és gazdasági blokkok. A vezető gazdasági blokkok azonosítása. A regionális integráció előnyeinek és következményeinek azonosítása.
15.	Feltörekvő piacok. TE: A fejlett, a fejlődő és a feltörekvő piacok. A feltörekvő piacok vonzereje a nemzetközi üzleti élet számára. A feltörekvő piacok tényleges piacpotenciáljának értékelése. A feltörekvő piacok kockázatainak és kihívásainak értékelése. Sikerstratégiák feltörekvő

	piacokon. A vállalat társadalmi felelőssége, a fenntarthatóság és a globális szegénységi válság.
17.	Piaci lehetőségek értékelése a globális piacokon TE: A vállalat külföldi piacokra való lépésével kapcsolatos jellemzők elemzése. A termékek és szolgáltatások külföldi piacokon történő értékesítésre való alkalmassága. A célországok azonosítása. A piacpotenciál elemzése. Külföldi partnerválasztás. A vállalat értékesítési potenciáljának becslése.
19.	Export és globális outsourcing TE: Az export mint külpiacra lépési stratégia. Az export-import tranzakciók menedzsmentje. A külföldi közvetítők azonosítása és a velük végzett munka. Az outsourcing, a global sourcing és az offshoring. A global sourcing előnyei és kockázatai. A global sourcing stratégiái és az értéklánc menedzsment
21.	Külföldi közvetlen tőkebefektetések és vállalati együttműködések TE: Nemzetközi tőkeáramlás és együttműködés. Az FDI jellemzői. Az FDI és a vállalati együttműködések jellemzői. A külföldi közvetlen tőkebefektetések típusai. A nemzetközi vállalati együttműködések. A kiskereskedői tapasztalatok fontossága a külpiacokon
23.	Licencia, franchise és egyéb szerződéses stratégiák TE: Szerződéses belépési stratégiák. Licencátadás mint belépési stratégia. A licencátadás előnyei és hátrányai. A franchise mint belépési stratégia. A franchise előnyei és hátrányai. Egyéb szerződéses belépési stratégiák. A szellemi tulajdonjogok megsértése mint globális probléma.
25.	A globális cégek marketingmenedzsmentje TE: A globális piacszegmentáció. Standardizáció és adaptáció a nemzetközi marketingben. Globális márkázás és termékfejlesztés. Nemzetközi árazás. Nemzetközi marketingkommunikáció. Nemzetközi disztribúció.
	A globális cégek humánerőforrás-menedzsmentje A HR stratégiai szerepe a nemzetközi üzleti kapcsolatokban. A nemzetközi toborzási politika. A nemzetközi alkalmazottak felkészítése és képzése. A nemzetközi alkalmazottak teljesítményértékelése és kompenzációja. A nemzetközi munkaügyi kapcsolatok. A nemzetközi munkaerő diverzitása.

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Marketinglogisztika		Kódja:	GT_AKMNS511-17 GT_AKMNS511-17		
		angolul:		Marketing logistics					
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	X	Heti	2	Heti	0	K	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása: egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja,									
megismertetni a hallgatókat a marketing és a logisztika kapcsolatával fogyasztói és szervezeti szinten. A hallgatók megismerkednek a logisztika, a szállítás, szállítmányozás, csomagolás, készletgazdálkodás, árumozgatás és raktározás ismereteivel alapszinten.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
A hallgatók ismerik a marketingrendszer működését, az értékalkotás módjait, az érték mérésének és növelésének módszereit, az értékalkotó marketingfolyamatok és az innováció kapcsolatát, a komplex problémák megoldásának technikáit.									
Képesség:									
A hallgatók képesek a vállalat értékalkotó tevékenységének átlátására és a vállalati stratégia kialakításában való részvételre, a marketing, kereskedelmi és logisztikai folyamatok teljesítménymutatóinak meghatározására és a pénzügyi és nem-pénzügyi teljesítménymutatók elemzésére, a piaci jelenségek elmélyült elemzésére.									
Attitűd:									
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére.									
Autonómia és felelősség:									
Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális marketing-logisztikai szakmai kérdések végig gondolkodását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását. Felelősséggel részt vállal szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A kurzus a következő témaköröket öleli fel: A marketing-logisztika alapjai, definíciók, a marketing-logisztika stratégiai dimenziói, ellátási lánc menedzsment, ELM technikák, kiskereskedelmi logisztika, raktározás, árumozgatás, készletgazdálkodás, csomagolás alapszinten.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Előadások. A hallgatók előadásokon és gyakorlati példákon keresztül ismerik meg a kurzus anyagának alapjait.									
Értékelés									
A félévvégi jegyet online írásbeli vizsgán lehet megszerezni a vizsgaidőszakban. A félév teljesítéséhez a hallgatók látogatják az előadásokat. A félév végi jegy értékelése: 60-69% elégséges, 70-79% közepes, 80-89% jó, 90%- jeles.									
Kötelező szakirodalom:									
Az előadások anyaga. Dankó L. (2009): Marketing logisztika. Miskolc, pp. 343. Komáromi N. (2006): Marketinglogisztika. Akadémiai Kiadó, pp. 260.									
Ajánlott szakirodalom:									

- Albaum, G.-Duerr, E.-Strandskov, J. (2005): International marketing and export management, Prentice Hall
- Atiyah - Adams (2021): Sale of Goods, 13/E ISBN-10: 1292009330, Pearson.
- Berman B.- Evans J.R. (2018): Retail management A strategic approach, ISBN: 9780133796841, Pearson.
- Kotler, P.-Armstrong, G. (2020): Principles of marketing, ISBN: 9781292341132, Pearson.
- Foster, T.-J.W. Gardner (2022): Managing Quality: Integrating the Supply Chain, Global Edition, 7/E S., ISBN: 978-1-119-88381-4, Pearson.

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés, a tantárgyi tematika és követelményrendszer ismertetése TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
3.	A marketinglogisztika alapjai (definíciók) TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Marketing, értékesítés és fizikai elosztás alap szinten TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
7.	A marketing-logisztika stratégiai dimenziói alap szinten TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9.	Ellátási lánc menedzsment technikák: ECR és CPFR. TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
11.	Kiskereskedelmi logisztika TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
13.	Az értékesítési logisztika teljesítési folyamata alap szinten TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
15.	Könyvtárhasználati hét
16.	A marketing-logisztika technikai elemei: raktározás alap szinten TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
18.	A marketing-logisztika technikai elemei: készletgazdálkodás alap szinten TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
20.	A marketing-logisztika technikai elemei: csomagolás alap szinten TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
22.	A marketing-logisztika technikai elemei: árumozgatás TE* Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:	Kereskedelmi ügyletek, vámismeretek				Kódja:	GT_AKMN513-17, GT_AKMNS513-17	
	angolul:	Commercial Transactions, Custom knowledge						
Felelős oktatási egység:		Gazdálkodástudományi Intézet						
Kötelező előtanulmány neve:		A külkereskedelem technikája				Kódja:	GT_AKMN042	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	X	Heti	2	Heti	1	GY	4	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Csapóné Riskó Tünfe		beosztása:	Egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:	-		beosztása	-
A kurzus célja, hogy a hallgatók								
a gazdasági társaságok nemzetközi kereskedelmi tevékenységének átfogó ismeretét, a külkereskedelmi ügyletek lebonyolításának, kapcsolódó okmányok kitöltését elsajátítsák.								
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul								
Tudás:								
Átfogóan ismeri a kereskedelem tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait, gazdasági, szakterületi szervezetek struktúráját, működését és kapcsolat-rendszerét, a szereplők viselkedését, az azt meghatározó külső és belső környezeti, viselkedési, döntési információs és motivációs tényezőket. Ismeri az értékesítési, üzletkötési tevékenység folyamatait, jogi, etikai követelményeit. Ismeri a kereskedelmi vállalatok működését és szervezetét, a kereskedelmi tevékenység főbb munkafolyamatait és technikáit. Birtokában van a gazdaságtudomány alapvető szakmai szókincsének anyanyelvén.								
Képesség:								
Gazdasági tevékenységet, projektet tervez, szervez, kisebb vállalkozást, gazdálkodó szervezetet, irányít és ellenőriz. A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is. Követi és értelmezi a nemzetközi üzleti folyamatokat, a gazdaságpolitika és a szakterület szerint releváns kapcsolódó szakpolitikák, jogszabályok változásait, azok hatásait, ezeket figyelembe veszi elemzése, javaslatai, döntései során. Képes a fogalmi és elméleti szempontból szakszerűen megfogalmazott szakmai javaslatot, álláspontot szóban és írásban a szakmai kommunikáció szabályai szerint prezentálni. Képes más tudásterületekkel és társadalmi-gazdasági alrendszerekkel való együttműködésre.								
Attitűd:								
Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére. Törekszik arra, hogy önképzése szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon. Komplex megközelítést kívánó, illetve váratlan döntési helyzetekben is törekszik a jogszabályok és etikai normák teljes körű figyelembevételével meghozni döntését.								
Autonómia és felelősség:								
Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén. Önállóan és felelősséggel vesz részt a gazdálkodó szervezeten belüli és azon kívüli szakmai fórumok munkájában.								
A kurzus rövid tartalma, témakörei								
A külkereskedelmi folyamatok rendszerezése. A külkereskedelmi ügylet résztvevői kapcsolatrendszerének áttekintése. Az ajánlat, rendelés és szerződés kapcsolatrendszere. Az okmányok külkereskedelemben betöltött szerepe. Az export ügyletek vizsgálata. Az import ügyletek vizsgálata. Az Európai Unió belüli ügyletek vizsgálata.								

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Előadások és gyakorlatok

Értékelés

A félévvégi aláírásnak követelménye, előfeltétele nincs. Vizsga jegy: írásbeli vizsga (gyakorlati jegy). A vizsgázók egy konkrét külkereskedelmi ügyletet oldanak meg, ajánlatot és rendelést készítenek, kitöltik az ügyletnek kapcsolódó okmányokat.

- 59 %-ig	elégtelen
60 % - 69 %-ig	elégséges
70% - 79%-ig	közepes
80% - 89%-ig	jó
90% – 100%	jeles

Kötelező szakirodalom:

Constantinovits Milán – Sipos Zoltán: Nemzetközi üzleti technikák, Akadémiai Kiadó, 2014

Csapó Zolt: Nemzetközi kereskedelempolitika, Debreceni Egyetemi Kiadó, 2010

Ajánlott szakirodalom:

Kozár László: Nemzetközi áru- és tőzsdei kereskedelmi ügyletek. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 2011

Dr. Kárpáti László – Dr. Lehota József (szerk.): Kereskedelmi ismeretek. Szaktudás Kiadó Ház Zrt, Budapest, 2010

Heti bontott tematika	
1.	Bevezetés a nemzetközi kereskedelembe TE: alapfogalmak megismerése
3.	Külkereskedelmi ügyletek rendszerzése TE: eligazodás a külkereskedelmi ügyletekben
5.	A külkereskedelmi ügylet résztvevőinek (eladó, vevő, áru, pénz, okmányok) kapcsolatrendszerének áttekintése TE: a külkereskedelmi ügylet összefüggésrendszerének megismerése
7.	Okmányok a külkereskedelemben TE: különböző okmányok és azok fontosságának megismerése
9.	Európai Unióból 3. országba történő külkereskedelmi ügylet (export) vizsgálata 1. TE: export ügylet specialitásának megismerése
11.	Európai Unióból 3. országba történő külkereskedelmi ügylet (export) vizsgálata 2. TE: export ügylet specialitásának megismerése
13.	3. országból az Európai Unióba történő külkereskedelmi ügylet vizsgálata 1. TE: import ügylet specialitásának megismerése
15.	3. országból az Európai Unióba történő külkereskedelmi ügylet vizsgálata 2. TE: import ügylet specialitásának megismerése
17.	Európai Unió belüli külkereskedelmi ügylet vizsgálata 1. TE: EU- belüli ügylet szakmai megismerése
19.	A vám fogalma, csoportosítása TE: Ismeri a vám alapvető fogalmait
21.	A vám árkiegyenlítő szerepe TE: A vám működésének megismerése
23.	A különböző vámügyletek megismerése TE: Különböző vámok ismerete
25.	Összefoglalás TE
	Vizsga TE

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Kiskereskedelmi marketing		Kódja:	GT_AKMNS512-17		
		angolul:		Retail marketing			GT_AKMNS512-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	x	Heti	0	Heti	2	GY	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása: egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja, hogy a hallgatók									
A hallgatók megismertetése a kiskereskedelmi marketing és a marketing csatornák tervezésének és elemzésének témakörével.									
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul									
Tudás:									
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.									
Képesség:									
Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutató feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.									
Attitűd:									
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.									
Autonómia és felelősség:									
Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.									
A kurzus rövid tartalma, témakörei									
A kurzus a marketing csatornák különböző típusainak megismerését tűzi ki célul, a marketing csatornák tervezésének módszereit, az értékesítési rendszer stratégiai feladatait tekinti át.									
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek									
Előadások és a gyakorlatok tananyagának megismerése. Csoportmunka. Az aláírás feltételeként egy szóbeli prezentáció megtartása. A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű. Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges.									
Értékelés									
Szóbeli vizsga.									
Kötelező szakirodalom:									
Agárdi I. : Kereskedelmi marketing és menedzsment. Akadémiai Kiadó, 2010									
Couglan, A.T., Stern, L.W., Anderson, E., El-Ansary, A.I.: Marketing Channels (6th edition edition)2006, Prentice Hall									
Ajánlott szakirodalom:									
Johnson, G. – Whittington, R. – Scholes, K.: Exploring Strategy. Prentice Hall, London, 2012									

Heti bontott tematika	
1. 2.	Bevezetés a kereskedelembe
3.	TE*Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
5. 6.	Kereskedelmi formák, üzlettípusok
7.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
9. 10.	Kiskereskedelmi stratégia
11.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
13. 14.	Fogyasztói magatartás a kiskereskedelemben
15.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
17. 18.	Kereskedelmi telephely kiválasztása
19.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
21. 22.	Választékpolitika
23.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
25. 26.	Készletgazdálkodás
27.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
29. 30.	Ár- és akciópolitika a kiskereskedelemben
31.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
33. 34.	Kiskereskedelmi kommunikáció
35.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
37. 38.	Kereskedelmi szolgáltatások
39.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
41. 42.	Kereskedelmi üzletek kialakítása
43.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
45. 46.	Kereskedelmi vállalatok teljesítményének mérése
47.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
49. 50.	Hallgatói előadások
51.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása
	Hallgatói előadások
53.	TE Az előadásanyag gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Online marketing				Kódja:	GT_ASZVN031 AV_KMNE209-K2		
		angolul:		Online marketing							
Felelős oktatási egység:				DE GTK – Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-		
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	igen	Heti	0	Heti	2	gyakorlati jegy		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens		
A kurzus célja, hogy a hallgatók A tantárgy keretein belül a hallgatók megismerhetik az Internet széleskörű üzleti alkalmazási módjait. Az előadások során lehetőség nyílik a témakörrel kapcsolatos hazai és külföldi elméleti eredmények megismerésére. Az önálló feladatok (esettanulmányok) megoldása közben a hallgató kreativitása, a tanult ismeretek adaptálási készsége az elvárás. A félév végén a hallgatók egy esettanulmány feldolgozásával és egy írásbeli vizsga megírásával bizonyítják a megszerzett tudásukat.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul <i>Tudás:</i> Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival. Ismeri a fogyasztói, vevői magatartás folyamatát, a fogyasztóvédelem területét. Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét. <i>Képesség:</i> Az elemzés és a gyakorlati problémamegoldás során, ha szükséges, interdiszciplináris megközelítést alkalmaz. Önálló új következtetéseket, eredeti gondolatokat és megoldási módokat fogalmaz meg, multidiszciplináris kontextusban, új és eddig ismeretlen környezetben, nem teljes, illetve korlátozott információk mellett is. Képes szakmai elemzéseket, esettanulmányokat a szakmai közlés szabályai szerint közzétenni, szükség esetén idegen nyelven is. <i>Attitűd:</i> Hivatásának tartja a gazdaságtudományok átfogó gondolkodásmódjának és értékrendszerének, gyakorlati működése alapvető jellemzőinek hiteles közvetítését munkahelyi környezetben és azon kívül, szakmai és nem szakmai közönség számára is. <i>Autonómia és felelősség:</i> Szervezetpolitikai, stratégiai, irányítási szempontból jelentős területeken is önállóan választja ki és alkalmazza a releváns probléma megoldási módszereket, önállóan lát el gazdasági elemző, döntés-előkészítő, tanácsadói feladatokat. Társadalmi és közéleti ügyekben kezdeményező, felelős magatartást tanúsít a munkatársak, beosztottak vonatkozásában.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei A kurzus legfontosabb a témakörei a következők: az információs társadalom jellemzőinek és az internet kialakulásának megismerése; az online fogyasztói magatartás folyamatának jellemzése; az online marketing és eszközrendszerének részletes ismertetése; az egyes online marketing eszközök mérhetőségének feltérképezése; e-kereskedelmi üzleti modellek bemutatása.											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Az évközben elhangzottak ellenőrzésére vizsgaidőszakban (opcionálisan elővizsgaként a szemeszter végén) megírt írásbeli dolgozat szolgál, amelyet a hallgatóknak előzetesen rendelkezésre bocsátott vizsgakérdések alapján teljesítenek. A gyakorlatok látogatása kötelező jellegű, amely egyben a kurzus aláírásának egyik feltétele is.											

Hiányzás a gyakorlatok 30%-áról lehetséges.

A nappali képzésen, a félév során néhány fős csoportokba sorolja az oktató a hallgatókat. A csoportoknak egy, az oktató által előzetesen elfogadott témakört kell feldolgozniuk a félév végéig. Ebből kb. 10 perces szóbeli prezentációt (ppt vagy prezi) kell bemutatniuk az utolsó órák egyikén. A prezentáció bemutatása a gyakorlatok megfelelő arányú látogatása mellett szintén az aláírás feltétele. Az egyes csoportokon belül a hallgatók egyenlően lesznek értékelve (kivétel ezalól, ha valamelyik hallgató valamiért nagyon nem jól teljesít).

Értékelés

Írásbeli vizsgadolgozat, illetve gyakorlati feladatok teljesítése együttesen kerül értékelésre. Az elméleti részhez kapcsolódó követelmények (írásbeli vizsgadolgozat) 60% (60 pont), míg a gyakorlatokhoz kapcsolódó követelmények (szóbeli prezentáció) 40% (40 pont) arányt tesznek ki. Mind az elméleti, mind a gyakorlati követelményeknek önállóan is meg kell felelni, a minimális szintet, a pontszám 51%-át el kell érni.

- 50 = elégtelen (1)

51 - 62 = elégséges (2) – 51%

63 - 74 = közepes (3) – 63%

75 - 86 = jó (4) – 75%

87 - 100 = jeles (5) – 87%

Kötelező szakirodalom:

Bányai Edit – Novák Péter (szerk) (2011): Online üzlet és marketing. Akadémiai Kiadó, Budapest. ISBN: 9789630589864

Az előadások anyaga

Ajánlott szakirodalom:

Eszes István: Digitális gazdaságtan. Nemzeti Tankönyvkiadó, 2011 ISBN: 9789631971392

Heti bontott tematika	
1.	Követelményrendszer ismertetése, előzetes tapasztalatok megbeszélése <i>TE: A gyakorlatok céljának és teljesítésének megismerése.</i>
3.	Az információs társadalom és az internet kialakulása I. <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
5.	Az információs társadalom és az internet kialakulása II. <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
7.	Online fogyasztói magatartás <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
9.	Digitális/online marketing trendek az elmúlt években <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
11.	Az online marketing kialakulása és általános bemutatása; Weboldallal kapcsolatos általános jellemzők <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
13.	Keresőgép-marketing <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
15.	Display hirdetések és e-mail marketing <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
17.	Mobilmarketing <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
19.	Közösségi média <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
21.	Vírusmarketing és egyéb online marketing eszközök <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
23.	Webes statisztika, mérések, ROI <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
25.	E-kereskedelmi üzleti modellek és koncepciók <i>TE: A gyakorlaton leadott tananyagok részletes ismerete.</i>
	Félév végi prezentációk hallgatók általi ismertetése. <i>TE: A hallgatók bemutatják a kidolgozott prezentációjukat a kurzus gyakorlati követelményeire vonatkozóan.</i>

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		E-kereskedelem				Kódja:	GT_AKMNS506-17 GT_AKMNS506-17		
		angolul:		E-commerce							
Felelős oktatási egység:				Módszertani és Üzleti Digitalizáció Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-		
Típus		Óraszámok				Követelmény		Kredit	Oktatás nyelve		
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	x	Heti	0	Heti	2	gyakorlati jegy		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Lengyel Péter József		beosztása:		egyetemi docens	
A kurzus célja, hogy a hallgatók											
A hallgatóknak előképzettségüktől függetlenül készség szinten el kell sajátítani azokat az e-kereskedelemben használt fogalmakat, eszközöket, melyek egy felsőfokú végzettséggel rendelkező szakember gyakorlati munkájában szükségesek lehetnek. További cél, hogy a hallgatók elsajátítsák, miként tudják üzleti vállalkozásaikat az internetes kereskedelmen keresztül hatékonyabbá tenni, hogyan tudnak egy webáruházat menedzselni és mindezek logisztikai és informatikai hátterét megteremteni. Ezen felül bemutatásra kerülnek azok a módszerek, melyekkel sokkal hatékonyabbá válik a fogyasztók tulajdonságainak feltárása és ennek megfelelően a számukra szükséges termékpaletták és szolgáltatások kialakítása.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Tudás:											
Birtokában van a legalapvetőbb információgyűjtési, elemzési, feladat-, illetve probléma megoldási módszereknek.											
Képesség:											
Egyszerűbb szakmai beszámolókat, értékeléseket, prezentációkat készít, illetve előad.											
Attitűd:											
Fogékony az új információk befogadására, szakmai ismeretekre és módszertanokra.											
Autonómia és felelősség:											
Munkaköri feladatát önállóan végzi, szakmai beszámolóit, jelentéseit, kisebb prezentációit önállóan készíti. Szükség esetén munkatársi, vezetői segítséget vesz igénybe.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei											
Alapfogalmak, Megvalósítást támogató eszközök, Kommunikációs és fizetési megoldások, Webshop jellemzői, telepítése, használata. Google eszközök használata.											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
Az órán bemutatott e-kereskedelmet támogató online eszköz önálló és csoportos használata.											
Értékelés											
A félév sikeres elvégzéséhez az elearning kurzusban kiírt tevékenységeket kell teljesíteni.											
Szerezhető pontszámok:											
- Gyakorlati tevékenységek: 60 pont (az egyes feladatok pontszáma az adott feladatnál van feltüntetve)											
- Beadandó dolgozat: 30 pont											
- Teszt: 10 pont											
Az tevékenységek esetében elérendő minimum pontszám nincs!											
Osztályozás az összes megszerzett pont alapján történik a következők szerint:											
0 - 59: elégtelen (1)											
60-69: elégséges (2)											
70-79: közepes (3)											
80-89: jó (4)											
90-100: jeles (5)											

Kötelező szakirodalom:

Gyakorlatokon bemutatott prezentáció, internetes források

Ajánlott szakirodalom:

Kiadó. ISBN: 978-963-454-205-8.

Husztly, L. (2019). Az e-kereskedelelem jogi szabályozása. Budapest: HVG-ORAC Kiadó. ISBN: 978-963-258-456-2.

Kovács, E. (2021). Digitális marketing és e-kereskedelelem. Budapest: Typotex Kiadó. ISBN: 978-963-279-807-4.

Németh, A. (2020). Online kereskedelem és webáruház menedzsment. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Kiadó. ISBN: 978-963-429-292-1.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). E-commerce 2020: Business, Technology and Society (16th ed.). Pearson. ISBN: 978-1292349960.

Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2021). Electronic Commerce 2021: A Managerial and Social Networks Perspective (9th ed.). Springer. ISBN: 978-3030573375.

Schneider, G. P. (2020). E-commerce: Strategy, Technology, and Implementation (13th ed.). Cengage Learning. ISBN: 978-0357694932.

Heti bontott tematika

27.	E-kereskedelelem alapfogalmak
	TE*. Ismeri az E-kereskedelelem területeit
29.	Elektronikus kereskedelmi rendszer kialakításának szempontjai és lépései
	TE. Ismeri egy webshop tervezésének, kialakításának lépéseit
31.	Kommunikációs megoldások. Fizetési megoldások.
	TE. Ismeri, hogy milyen kommunikációs és fizetési megoldásokat lehet és érdemes használni
33.	Webshop jellemzői, felépítése
	TE. Ismeri a piacon elérhető online webshop szolgáltatókat és webshop motorokat.
35.	Webshop feltöltése kötelező adatokkal, termékekkel
	TE. Képes egy webshopot termékekkel feltölteni.
37.	Fizetési és szállítási módok beállítása
	TE. Képes egy webshopot paraméterezni
39.	E-marketing eszközök használata
	TE. Ismeri az e-kereskedelemben használható hatékony marketing eszközöket.
41.	Beszámoló
	TE
43.	Google eszközök használata
	TE. Ismeri a Google által biztosított e-kereskedelmet támogató szolgáltatásokat.
10.	Webanalitika
	TE. Értelmezni tudja a webanalitikában használatos mutatókat.
12.	Google Analytics használata
	TE. Készség szinten tudja használni a Google Analytics alkalmazást.
14.	Keresőmarketing
	TE. Tisztában van azzal, hogy lehet egy webshop láthatóságát növelni.
16.	Kriptoaluták
	TE Ismeri a kriptoaluták szerepét az e-kereskedelemben
18.	Beszámoló
	TE

A tantárgy neve:		magyarul:		Kereskedelmi és szolgáltató vállalatok gazdaságtana				Kódja:	GT_AKMNS08-17 GT_AKMNS08-17		
		angolul:									
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	0	Heti	2	G		3	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
A kurzus célja, hogy a hallgatók oktatói irányítás mellett a legújabb kutatási eredményekre és a fejlett piacgazdaságok vezető kereskedelmi és szolgáltató vállalatainak tapasztalataira építve átfogó képet kapjanak a vállalatról és annak működéséről. Megismerjék az alapvető fogalmak és összefüggések kereskedelmi sajátosságait, valamint a kereskedelmi vállalati gazdálkodást érintő elemeit. Elsősorban szemléleti keretet kívánunk adni, amely nélkül nem képzelhető el sikeres gyakorlat. A projektfeladat kidolgozása során lehetőséget kapnak arra, hogy elméleti tudásukat és feladatmegoldó készségüket a gyakorlatban is kamatoztatni tudják. Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival. Képesség: Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatási feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére. Attitűd: A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. Autonómia és felelősség: Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei: Vállalkozások a piacgazdaságban. A szolgáltatás és kereskedelem helye a nemzetgazdaságban. Az állam, a kereskedelmi és szolgáltató vállalatok társadalmi szerepe. Piac és a piaci viszonyok A magyar kereskedelem fejlődése, jogszabályi háttere. A kereskedelmi ágazat, a vállalat és környezete. Vállalati erőforrások. A kereskedelmi vállalat alaptevékenysége, az áruforgalom. Beszerzés, készletezés, értékesítés. Gazdasági fejlődés, innováció. A kereskedelmi vállalati tevékenység célja: a nyereség, ill. a vállalat értékének növelése. A kereskedelmi és szolgáltató vállalat tőkeszükséglete, a működés pénzügyi feltétele.											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek Előadások, tantermi vita, megbeszélés, otthoni felkészülés a kötelező és az ajánlott irodalom anyagából. A gyakorlatokon való aktív részvétel. A félév során el kell készíteni egy projektmunkát, melynek folyamata: a helyzet értékelése – a problémák meghatározása – a megoldási változatok kidolgozása – az eredmények előrejelzése – a megfelelő változat kiválasztása – a megvalósíthatóság tervezése.											
Értékelés Írásbeli és szóbeli vizsga. A félévi munka értékelésének szempontjai: projektmunka – 40% vizsga – 60%											

Kötelező szakirodalom:

Az előadáson elhangzottak

Sókiné dr. Nagy Erzsébet: Kereskedelmi vállalkozások gazdaságtana. KIT Képzőművészeti Kiadó és Nyomda, Budapest, 2000. ISBN 963 336 688 7

Ajánlott szakirodalom:

Chikán Attila: Bevezetés a vállalatgazdaságtanba. Aula Kiadó, Bp. 2010. Bologna - Tankönyvsorozat (ISBN: 978 963 9698-11-6)

Czakó Erzsébet – Reszegi László: Nemzetközi vállalatgazdaságtan. Aliena Kiadó, Bp. 2010. (ISBN: 963 9078 98 0)

Fülöp Gyula: Vállalati gazdálkodás az európai integrációban. Aula Kiadó, Bp. 2002. (ISBN: 963 9345 54 7)

Paul.A. Samuelson - William D. Nordhaus: Közgazdaságtan. 2012. (ISBN: 9789630591607)

Poter Michael: Versenysztratégia. Akadémiai Kiadó, Budapest 2002. (ISBN: 963 05 8349 6)

Heti bontott tematika	
1.	Vállalkozások a piacgazdaságban TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
3.	A szolgáltatás és kereskedelem helye a nemzetgazdaságban TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
5.	Az állam, a kereskedelmi és szolgáltató vállalatok társadalmi szerepe TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
7.	A magyar kereskedelem fejlődése, jogszabályi háttere TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
9.	A magyar kereskedelem fejlődése, jogszabályi háttere TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
11.	A kereskedelmi ágazat, a vállalat és környezete TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
13.	A kereskedelmi vállalati gazdálkodás feltételei TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
15.	A vállalati működés céljai, szervezeti formái TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
17.	A vállalat üzletpolitikája és üzleti terve TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
19.	Vállalati erőforrások TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
21.	A kereskedelmi vállalat alaptevékenysége, az áruforgalom TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
23.	Beszerezés, készletezés, értékesítés TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
25.	A kereskedelmi vállalati tevékenység célja: a nyereség, ill. a vállalat értékének növelése TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása
	A kereskedelmi és szolgáltató vállalat tőkeszükséglete, a működés pénzügyi feltétele TE* A téma gyakorlati szintű tárgyalása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Kereskedelmi vállalati stratégiák				Kódja:	GT_AKMNS509-17		
		angolul:							GT_AKMNS509-17		
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet							
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:			
Típus		Óraszámok						Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat							
Nappali	X	Heti	2	Heti	1	K		4	magyar		
Levelező		Féléves		Féléves							
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens		
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása			
1. A kurzus célja, A kereskedelmi vállalati stratégiaalkotás, a stratégiai tervezés és menedzsment elméleti és módszertan alapjainak megismertetése, esettanulmányok révén a gyakorlat elemzése, betekintés a stratégia döntések modellezésébe. Kiemelje a az eddig tanult alapvető fogalmak, és összefüggések kereskedelmi sajátosságait, valamint a kereskedelmi vállalati gazdálkodást érintő elemeit. Képességek, készségek fejlesztése, amelyek – a kereskedelmi vállalati stratégia kialakításához, a gyakorlatban történő megvalósításához, a szervezeti teljesítmény méréséhez szükségesek.											
Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul											
Ismeri a marketing fogalmát, koncepcióját, eszközrendszerét és módszertanát az üzleti és nonprofit szférában. Ismeri a marketing szerepét a vállalat, intézmény működésében, a marketing kapcsolatát a szervezet más folyamataival, funkcióival.											
Képesség:											
Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatási feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.											
Attitűd:											
A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.											
Autonómia és felelősség:											
Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.											
A kurzus rövid tartalma, témakörei:											
A stratégia értelmezése és szerepe, stratégiai alapfogalmak, A kereskedelmi vállalati stratégia elméletének fejlődése, Stratégiai management, Új stratégiai megközelítések, Környezetelemzés, Iparág- és versenyhelyzet-elemzés, Vállalati diagnosztika a kereskedelmi vállalatoknál, Alapvető versenystratégiák, Üzletági stratégiák Kereskedelmi vállalatok funkcionális sratégiái A stratégiai változatok értékelése, a stratégiai döntés A stratégiai akciók megteremtése és ütemezése A szükséges erőforrások meghatározása és elosztása Szervezetalkítás, irányítás, vezetés Globalizáció, IT alkalmazások, fenntartható fejlődés, munkaerő diverzifikáció											
Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek											
Előadások, megbeszélés, otthoni felkészülés a kötelező és az ajánlott irodalom anyagából. A gyakorlatokon való aktív részvétel.											
Értékelés											
Kollokvium, írásbeli vizsga formájában											
Az előadáson elhangzottak.											
Kötelező szakirodalom:											
Fülöp Gyula (2008): Stratégiai menedzsment: elmélet és gyakorlat. Perfekt, Budapest (ISBN: 978-963-394-748-7)											

Poter Michael (2006): Versenystratégia. Akadémiai Kiadó, Budapest (ISBN: 963 05 83496)

Varsányi Judit (1997): Cégstratégiák. Műszaki Könyvkiadó, Budapest (ISBN: 963101087)

Csath Magdolna: Stratégiai tervezés és vezetés a XXI. században. Nemzeti Tankönyvkiadó Bp., 2008. (ISBN: 978-963-19-5251-3)

Fülöp Gyula: A globális vállalati stratégiák. Aula Kiadó, Bp., 2001. (ISBN: 963 9345 54 7)

Mészáros Tamás: A stratégia jövője – a jövő stratégiája. Aula Kiadó, Bp., 2002 (ISBN: 963 9345 71 7)

Johnson, G. – Whittington, R. – Scholes, K.: Exploring Strategy. Prentice Hall, London, 2012

Heti bontott tematika	
1.	A stratégia értelmezése és szerepe, stratégiai alapfogalmak TE*Az elméleti anyag elsajátítása
3.	A kereskedelmi vállalati stratégia elméletének fejlődése, Stratégiai management TE Az elméleti anyag elsajátítása
5.	Stratégiai management TE Az elméleti anyag elsajátítása
7.	Új stratégiai megközelítések, Környezetelemzés TE Az elméleti anyag elsajátítása
9.	Iparág- és versenyhelyzet-elemzés TE Az elméleti anyag elsajátítása
11.	Vállalati diagnosztika a kereskedelmi vállalatoknál TE Az elméleti anyag elsajátítása
13.	Alapvető versenystratégiák, Üzletági stratégiák TE Az elméleti anyag elsajátítása
15.	Kereskedelmi vállalatok funkcionális sratégiái TE Az elméleti anyag elsajátítása
17.	A stratégiai változatok értékelése, a stratégiai döntés TE Az elméleti anyag elsajátítása
19.	A stratégiai akciók megteremtése és ütemezése TE Az elméleti anyag elsajátítása
21.	A szükséges erőforrások meghatározása és elosztása TE Az elméleti anyag elsajátítása
23.	Szervezetalakítás, irányítás, vezetés TE Az elméleti anyag elsajátítása
25.	Globalizáció TE Az elméleti anyag elsajátítása
	IT alkalmazások, fenntartható fejlődés, munkaerő diverzifikáció TE Az elméleti anyag elsajátítása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Keresőgép-marketing				Kódja:	
		angolul:							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	2	Heti	1	gyakorlati jegy	4	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja,									
A keresőgép-marketing (Search Engine Marketing, SEM) kurzus a hallgatók számára hatékonyan strukturálható elméleti és gyakorlati elemeket is tartalmaz. A kurzus témakörei lefedik a SEO-t (Search Engine Optimization), a PPC-t (Pay-Per-Click), az analitikát, valamint az algoritmusok és a felhasználói viselkedés összefüggéseit.									

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A keresőgép-marketing (Search Engine Marketing, SEM) kurzus a hallgatók számára hatékonyan strukturálható elméleti és gyakorlati elemeket is tartalmaz. A kurzus témakörei lefedik a SEO-t (Search Engine Optimization), a PPC-t (Pay-Per-Click), az analitikát, valamint az algoritmusok és a felhasználói viselkedés összefüggéseit.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Kötelező: Cutler, K. (2023). Search Marketing: A Strategic Approach to SEO and SEM 1st Edition, Kogan Page, London, ISBN: 978-1398612822

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés a keresőgép-marketingbe	Alapfogalmak, történeti áttekintés, különbség SEO és PPC között
2. hét	Keresőmotorok működése	Google és más keresőmotorok algoritmusai, feltérképezés, indexelés, rangsorolás
3. hét	Kulcsszókutatás alapjai	Kulcsszótípusok, keresési szándék, kulcsszókutató eszközök (pl. Google Keyword Planner)
4. hét	Technikai SEO	Webhelytérkép, robots.txt, mobiloptimalizálás, sebességoptimalizálás. Core Web Vitals
5. hét	On-page SEO optimalizálás	Meta címkék, tartalomoptimalizálás, URL-struktúra, belső linkelés
6. hét	Off-page SEO és linképítés	Linkprofil, backlink-stratégiák, vendégblogolás, domain authority
7. hét	SEO eszközök használata	Google Search Console, Screaming Frog, Ahrefs / SEMrush áttekintés
8. hét	Bevezetés a fizetett keresőhirdetésekre (PPC)	Google Ads fiók létrehozása, kampánytípusok, licitálási stratégiák
9. hét	Hirdetések szegmentálása és célzása	Kulcsszókategóriák, földrajzi és demográfiai célzás, remarketing
10. hét	Hirdetésírás és kreatív optimalizálás	Hatékony hirdetési szövegírás, A/B tesztelés, kiterjesztések
11. hét	Konverziókövetés és teljesítménymérés	Konverziós célok beállítása, Google Analytics és Ads összekapcsolása
12. hét	Lokális SEO és mobil keresés	Google Cégprofil, helyi rangsorolási tényezők, mobilos felhasználás
13. hét	Etikus keresőoptimalizálás vs. Black Hat technikák	Algoritmusbüntetések, tiszta SEO stratégiák, etikai kérdések
14. hét	Zárás és projektbemutatók	Hallgatói kampánytervek bemutatása, gyakorlati esettanulmányok kiértékelése

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Digitális analitika		Kódja:		
		angolul:						
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet				
Kötelező előtanulmány neve:				-		Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	N	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Fehér András	beosztása:	egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:		beosztása		
A kurzus célja,								
A Digitális analitika kurzus megismerteti a webes és marketinganalitika alapjait, kiemelten a Google Analytics, adatértelmezés, vizualizáció, valamint a döntéstámogatás kérdéseit.								

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A Digitális analitika kurzus megismerteti a webes és marketinganalitika alapjait, kiemelten a Google Analytics, adatértelmezés, vizualizáció, valamint a döntéstámogatás kérdéseit.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Kötelező: Hemann, C. & Burbary, K. (2018). Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, 2nd edition, Que Publishing, Pearson, London, ISBN: 978-0789759603
Ajánlott: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2025). Digital Marketing, 9th edition, Pearson, Lonson, ISBN: 9781292747613

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés a digitális analitikába	Az analitika szerepe a digitális marketingben, alapfogalmak (adat, mérőszám, KPI)
2. hét	Mérési keretrendszerek és célok	SMART célok, KPI-k kijelölése, mérési terv készítése
3. hét	Adatforrások és típusok	Elsődleges és másodlagos adatok, kvantitatív vs. kvalitatív adatok
4. hét	Google Analytics 4 (GA4) alapjai	Felület bemutatása, adatmodell (event-alapú mérés), fiók- és tulajdonbeállítások
5. hét	Felhasználói viselkedés elemzése	Felhasználói utak, bounce rate, session, engagement, funnel; Hotjar hő térkép-elemzés
6. hét	Konverziókövetés és események mérése	Konverziók beállítása GA4-ben, események és célok létrehozása
7. hét	Google Tag Manager (GTM) használata	Alapok, tag-ek, triggererek, változók – eseménymérés beállítása GTM-mel
8. hét	Forrás- / médiumelemzés és kampánykövetés	UTM címkék, csatornák, kampányteljesítmény mérése
9. hét	E-kereskedelmi analitika	Ecommerce setup GA4-ben, kosárelhagyás, tranzakciós adatok elemzése
10. hét	Vizualizáció és dashboard készítés	Google Looker Studio (korábban Data Studio), jelentések, automatizálás
11. hét	Adatértelmezési hibák és torzítások	Korreláció vs. kauzalitás, adatcsapdák, mintanagyság, szezonális hatások
12. hét	Adatelemzés a döntéshozatalban	Döntéstámogatás, prediktív modellek bevezetése, A/B tesztelés
13. hét	Adatvédelem és etika	GDPR, cookie consent, adatkezelés etikai kérdései
14. hét	Projektbemutatók és zárás	Hallgatói mini-projektek prezentálása, visszacsatolás, záróértékelés

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		Inbound (tartalom) marketing				Kódja:		
	angolul:								
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	0	Heti	2	kollokvium	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása		
A kurzus célja,									
Az Inbound marketing kurzus célja, hogy a hallgatók megismerjék, hogyan lehet tartalomvezérelt módon vonzani, meggyőzni és megtartani ügyfeleket digitális csatornákon keresztül. A fókusz a tartalommarketing, a marketingautomatizáció, a lead generálás és az ügyfélélmény kapcsolódási pontjain van.									

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

Az Inbound marketing kurzus célja, hogy a hallgatók megismerjék, hogyan lehet tartalomvezérelt módon vonzani, meggyőzni és megtartani ügyfeleket digitális csatornákon keresztül. A fókusz a tartalommarketing, a marketingautomatizáció, a lead generálás és az ügyfélélmény kapcsolódási pontjain van.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Kötelező: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2025). Digital Marketing, 9th edition, Pearson, Lonson, ISBN: 9781292747613
Ajánlott: Liska, F. (2024). Az online marketing alapjai. Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN: 978 963 664 068 2,

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés az inbound marketingbe	Különbség outbound és inbound között, alapfogalmak, vásárlói út
2. hét	Buyer persona és customer journey	Célcsoport-megismerés, döntési folyamat szakaszai (Awareness – Consideration – Decision)
3. hét	Átfogó kampánytervezés	Célcsoportra optimalizált platformok kiválasztása (Google Ads - szöveges hirdetések, Youtube-hirdetés, display-, közösségimédia-hirdetések, organikus elérés közösségi médiában, influenszermarketing, blogírás, e-mail marketing)
4. hét	Tartalommarketing-stratégia kialakítása	Tartalomtípusok, márkahang, stratégiai célok és KPI-ok
5. hét	Blogírás és SEO-alapú tartalomkészítés	Kulcsszókutatás, SEO-barát címek, strukturált tartalom
6. hét	Videó, podcast és vizuális tartalom	Multimédiás eszközök szerepe, tartalomgyártás és -terjesztés alapjai
7. hét	Közösségi média az inbound folyamatban	Tartalomdisztribúció, engagement, platformstratégia (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)
8. hét	Lead magnetek és konverziót segítő tartalmak	E-book, whitepaper, webinárium, feliratkozási űrlapok
9. hét	Marketingautomatizáció és e-mail kampányok	CRM integrációk, lead nurturing, e-mail workflow-k
10. hét	Landing oldalak és konverzióoptimalizálás (CRO)	UX, CTA, A/B tesztelés, page load, pszichológiai hatások
11. hét	Webanalitika az inbound marketingben	GA4, engagement mutatók, konverziós tölcser vizsgálata
12. hét	Tartalom újrahasznosítása és terjesztése	Evergreen content, social scheduling, kampánymegújítás
13. hét	E-mail marketing	Hírlevélszerkesztő rendszerek (pl.: Mailchimp)
14. hét	Hallgatói tartalomprojektek bemutatása	Saját inbound kampányterv vagy tartalomnaptár prezentációja, szakmai értékelés

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		Közösségimédia-marketing				Kódja:		
	angolul:								
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	2	Heti	1	kollokvium	4	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:	Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása		
A kurzus célja,									
A Közösségimédia-marketing kurzus célja, hogy a hallgatók megértsék a közösségi platformok szerepét a márkaépítésben, fogyasztói elköteleződésben és értékesítésben. A kurzus során elméleti ismeretek és gyakorlati készségek egyaránt fejlesztésre kerülnek									

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A Közösségimédia-marketing kurzus célja, hogy a hallgatók megértsék a közösségi platformok szerepét a márkaépítésben, fogyasztói elköteleződésben és értékesítésben. A kurzus során elméleti ismeretek és gyakorlati készségek egyaránt fejlesztésre kerülnek

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Tuten, T. (2023). Social Media Marketing (5th ed.). SAGE Publications, Ltd. (UK)., ISBN: 9781529623819
Ajánlott: Hinson, R. E., Mhlanga, D., Osei-Frimpong, K., & Dou, J. (2024). Social Media Marketing Management: How to Penetrate Emerging Markets and Expand Your Customer Base, Productivity Pr Inc, Routledge, London, ISBN: 9781032309637

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés a közösségimédia-marketingbe	A social media szerepe a marketingmixben, történeti háttér, trendek
2. hét	Platformok áttekintése és szerepkülönbségek	Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, X (Twitter), Pinterest – célcsoportok és jellemzők
3. hét	Szegmentálás és célközönség-megismerés	Viselkedésalapú szegmentáció, buyer persona, platform-specifikus célzások
4. hét	Tartalomstratégia és tartalomnapár	Tartalomtípusok (kép, szöveg, videó, történet), márkahang, időzítés, kampányterv
5. hét	Organikus elérés és algoritmusok működése	Facebook és Instagram algoritmus, engagement prioritás, feed optimalizálás
6. hét	Hirdetési rendszerek: Meta Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads	Célzás, kampánystruktúra, költségkeret, kreatív elemek
7. hét	Vizualitás és márkakommunikáció	Arculat, színek, tipográfia, tartalomprofesszionalizálás
8. hét	Storytelling a közösségimédiában	Márkán keresztüli történetmesélés, rövidformátumú történetek hatása
9. hét	Influenszermarketing és együttműködések	Mikro- és makroinfluenszerek, kampánytervezés, etikus együttműködés
10. hét	Közösségépítés és ügyfélszolgálat a social felületeken	Válaszidő, kommentek, közösségi moderáció, közösségimédia CRM
11. hét	Kríziskommunikáció a közösségi médiában	Negatív kommentek kezelése, válságkezelési protokoll
12. hét	Teljesítménymérés és analitika	Meta Insights, TikTok Analytics, engagement mutatók, ROI számítás
13. hét	Jog, etika és adatvédelem	Felhasználói tartalom, influenszer szabályozás, GDPR
14. hét	Hallgatói kampánybemutatók és zárás	Egyéni vagy csoportos közösségimédia-kampányterv prezentálása, értékelés, visszacsatolás

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Webergonómia és webdesign				Kódja:	
		angolul:							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	
A kurzus célja,									
A tantárgy célja, hogy a hallgatók megértsék a felhasználói élmény (UX), a felhasználói felület (UI), valamint a funkcionális és vizuális webtervezés alapjait.									

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A tantárgy célja, hogy a hallgatók megértsék a felhasználói élmény (UX), a felhasználói felület (UI), valamint a funkcionális és vizuális webtervezés alapjait.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Kötelező: Leiszter, A. (2011). Webergonómia - Jakob Nielsen nyomán, Typotex Elektronikus Kiadó Kft., Budapest, ISBN: 9789632795782

Ajánlott: Robbins, J. (2018). Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics 4th Edition, O'Reilly Media, Sebastopol, ISBN: 978-1449319274

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés a webergonómiába és webdesignba	Fogalmak, UX vs. UI, a jó weboldal ismérvei
2. hét	Felhasználói viselkedés és döntési folyamat a weben	Szemmozgás minták, F-minta, döntési heurisztikák (Hick, Jakob Nielsen)
3. hét	Információs architektúra és navigáció	Menüstruktúra, hierarchia, oldaltérképek, keresési funkcionalitás; Relume alapok
4. hét	Wireframe és prototípus készítés	Low-fidelity és high-fidelity prototípusok, Sketch, Figma alapok
5. hét	Webes tipográfia és színdinamika	Olvashatóság, kontraszt, színek pszichológiája, akadálymentesség (WCAG)
6. hét	Reszponzív és mobilbarát tervezés	Breakpointok, mobil first elv, érintőképernyős UX
7. hét	Designrendszerek és UI komponensek	Gombok, űrlapok, ikonok, design tokenek, konzisztencia
8. hét	Folyamatok tervezése: landing page, checkout, keresés	Felhasználói utak, konverziót segítő design, usability minták
9. hét	Webes interakció és animációk	Mikrointerakciók, hover effektek, görgetéses animációk
10. hét	Használhatósági tesztelés és UX kutatás	Heurisztikus elemzés, user testing, heatmap, session recording
11. hét	Webergonómiai hibák és redesign elemzés	Valós példák elemzése, UX fail-ek, felhasználói visszajelzések kezelése
12. hét	Webes hozzáférhetőség és etikai kérdések	WCAG 2.1, akadálymentes navigáció, UX az időseknek és fogyatékkal élőknek
13. hét	Eszközök és trendek a modern webdesignban	Adobe XD, No-code platformok (Webflow, Wix), dark mode, neomorfizmus
14. hét	Hallgatói tervek bemutatása és értékelés	Weboldalterv vagy prototípus prezentálása, peer review és oktatói visszacsatolás

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		E-kereskedelem				Kódja:		
	angolul:								
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	0	Heti	2	gyakorlati jegy	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Fehér András	beosztása:	egyetemi docens	
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása		

A kurzus célja,

A hallgatóknak előképzettségüktől függetlenül készség szinten el kell sajátítani azokat az e-kereskedelemben használt fogalmakat, eszközöket, melyek egy felsőfokú végzettséggel rendelkező szakember gyakorlati munkájában szükségesek lehetnek. További cél, hogy a hallgatók elsajátítsák, miként tudják üzleti vállalkozásaikat az internetes kereskedelmen keresztül hatékonyabbá tenni, hogyan tudnak egy webáruházat menedzselni és mindezek logisztikai és informatikai hátterét megteremteni. Ezen felül bemutatásra kerülnek azok a módszerek, melyekkel sokkal hatékonyabbá válik a fogyasztók tulajdonságainak feltárása és ennek megfelelően a számukra szükséges termékpaletták és szolgáltatások kialakítása.

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatási feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A hallgatóknak előképzettségüktől függetlenül készség szinten el kell sajátítani azokat az e-kereskedelemben használt fogalmakat, eszközöket, melyek egy felsőfokú végzettséggel rendelkező szakember gyakorlati munkájában szükségesek lehetnek. További cél, hogy a hallgatók elsajátítsák, miként tudják üzleti vállalkozásaikat az internetes kereskedelmen keresztül hatékonyabbá tenni, hogyan tudnak egy webáruházat menedzselni és mindezek logisztikai és informatikai hátterét megteremteni. Ezen felül bemutatásra kerülnek azok a módszerek, melyekkel sokkal hatékonyabbá válik a fogyasztók tulajdonságainak feltárása és ennek megfelelően a számukra szükséges termékpaletták és szolgáltatások kialakítása.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés**Kötelező szakirodalom:**

Kötelező: Gyakorlatokon bemutatott prezentáció, internetes források

Ajánlott: Mojzes Imre - Talyigás Judit: Az elektronikus kereskedelem, Műszaki egyetem, 2006

Kasim Aslam: A hatékony online marketing 7 legfőbb alapelve, MarketingAmazing.hu, 2020

Aarron Walter: Keresők és webhelyek - Webes szabványok és keresőoptimalizálás a gyakorlatban, Kiskapu Kiadó, 2009

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	E-kereskedelem alapfogalmak	Fogalmak, e-kereskedelem típusok (B2C, B2B, C2C), piacméret, trendek
2. hét	Elektronikus kereskedelmi rendszer kialakításának szempontjai és lépései	Webshop, piactér, dropshipping, előfizetési modellek
3. hét	Kommunikációs megoldások. Fizetési megoldások	Felhasználói felület, termékoldal, keresés, navigáció
4. hét	Webshop jellemzői, felépítése	Webshop fajták, jellemzőik, előnyök, hátrányai
5. hét	Webshop feltöltése kötelező adatokkal, termékekkel	Termékleírás, SKU, képek, címkék, keresőoptimalizált struktúra
6. hét	Fizetési és szállítási módok beállítása	Bankkártyás fizetés, PayPal, Apple Pay, utánvét, fintech trendek
7. hét	E-marketing eszközök használata	E kereskedelem hatékony marketing eszközei
8. hét	Beszámoló	
9. hét	Google eszközök használata	Google által biztosított e-kereskedelmet támogató szolgáltatások
10. hét	Webanalitika	Webanalitikában használatos mutatók
11. hét	Google Analytics használata	Google Analytics készség szintű használata
12. hét	Keresőmarketing	Webshop láthatóságának növelése
13. hét	Kriptoaluták	Kriptoaluták szerepe az e-kereskedelemben
14. hét	Beszámoló	

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:	magyarul:		Webfejlesztés alapjai nem programozóknak			Kódja:		
	angolul:							
Felelős oktatási egység:			DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:			-			Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	N	Heti	1	Heti	1	gyakorlati jegy	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Lengyel Péter	beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása	
A kurzus célja,								
A kurzus célja, hogy nem informatika szakos hallgatók is megértsék, hogyan működnek a modern weboldalak, hogyan épülnek fel a webes technológiák, és milyen eszközökkel tudnak hatékonyan együttműködni fejlesztőkkel vagy akár no-code megoldásokkal dolgozni.								

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

Tudás:

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómia és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseikért és döntéseikért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A kurzus célja, hogy nem informatika szakos hallgatók is megértsék, hogyan működnek a modern weboldalak, hogyan épülnek fel a webes technológiák, és milyen eszközökkel tudnak hatékonyan együttműködni fejlesztőkkel vagy akár no-code megoldásokkal dolgozni.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Kötelező: Felke-Morris, T. A. (2021). Web Development and Design Foundations with HTML5, Global Edition, 10th Edition, Pearson, London, ISBN: 9780135919903

Ajánlott: Robbins, J. (2018). Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript, and Web Graphics 4th Edition, O'Reilly Media, Sebastopol, ISBN: 978-1449319274

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés a web működésébe	Web vs. internet, böngészők, URL, HTTP/HTTPS, kliens–szerver modell
2. hét	Weboldalak szerkezete – HTML alapok	HTML tag-ek, oldalszerkezet, alap markup szemlélet (h1–h6, p, a, img stb.)
3. hét	Stílus és dizájn – CSS alapok	CSS szerepe, színek, betűk, margók, layout alapok
4. hét	Interaktivitás – JavaScript fogalma egyszerűen	Mire jó a JavaScript, példák (pl. gomb kattintás), nem kódolva, hanem vizuálisan értelmezve
5. hét	Weboldalépítő rendszerek – CMS-ek	WordPress, Joomla, Wix, Squarespace, előnyök, hátrányok
6. hét	No-code és low-code megoldások	Webflow, Elementor, Bubble, Tilda, Lovable.dev – alkalmazási lehetőségek
7. hét	Reszponzív design és mobilbarát weboldalak	Alapelvek, példák, tesztelés különböző eszközökön
8. hét	Webtárhely és domain – hogyan lesz élő a weboldal?	Domain regisztráció, tárhelyszolgáltatás, alap FTP fogalmak
9. hét	Felhasználói élmény és webdesign alapelvei	UX/UI, usability, konzisztencia, navigáció, vizualitás
10. hét	Weboldalak tesztelése és hibakeresés	Tesztelési eszközök (Lighthouse, W3C Validator), hibák értelmezése
11. hét	Webes űrlapok és alapvető interakciók	Kapcsolatfelvételi űrlapok, CTA-k, felhasználói beviteli mezők
12. hét	SEO alapok webfejlesztés szempontjából	Strukturált HTML, meta címkék, alt attribútumok, weboldal sebesség
13. hét	Jog és biztonság a weben	GDPR, cookie sáv, SSL, adatvédelem alapjai
14. hét	Saját mini weboldal bemutatása	Hallgatók saját, no-code eszközzel készített weboldalának prezentálása

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		AI marketingeszközök		Kódja:		
		angolul:						
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet				
Kötelező előtanulmány neve:				-		Kódja:	-	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve
		Előadás		Gyakorlat				
Nappali	N	Heti	0	Heti	2	gyakorlati jegy	3	magyar
Levelező		Féléves		Féléves				
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Kiss Marietta	beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:			beosztása	
A kurzus célja,								
A tantárgy célja, hogy bevezetést nyújtson a mesterséges intelligencia (AI) marketinges alkalmazásába: automatizáció, predikció, tartalomgenerálás, ügyfélélmény és adatvezérelt döntéshozatal területén.								

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul

<i>Tudás:</i> - Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek. - Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit. - Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait. - Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert. - Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét. <i>Képesség:</i> - A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is. - Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra. - Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutatói feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére. <i>Attitűd:</i> - A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező. - Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelősségek vállalására. - Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre. - Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon. - Befogadó mások véleménye iránt. <i>Autonómiaja és felelőssége</i> - Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat. - Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal. - Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását. - Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában. - Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.
--

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A tantárgy célja, hogy bevezetést nyújtson a mesterséges intelligencia (AI) marketinges alkalmazásába: automatizáció, predikció, tartalomgenerálás, ügyfélélmény és adatvezérelt döntéshozatal területén.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés

Kötelező szakirodalom:

Kötelező: Klausz M., Páczkán Zs., Rózsa K., & Sáringer V. (2025). AI-marketing - Hogyan használd a mesterséges intelligenciát az üzleti növekedéshez? Klausz Social Group Kft, Budapest, ISBN: 9786158267717

Ajánlott: Malhotra, N. K. (2023). Artificial Intelligence in Marketing. Emerald Pub Ltd., Leeds, ISBN: 9781802628760

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
-----	------	-----------------

1. hét	Bevezetés az AI marketingbe	AI és gépi tanulás alapfogalmai, MI szerepe a modern marketingben
2. hét	AI-alapú fogyasztói adatelemzés	CRM, vásárlási minták, szegmentáció, prediktív analitika
3. hét	Ajánlórendszerek és personalizáció	Amazon, Netflix példák, termékajánlók, dinamikus tartalom
4. hét	AI eszközök tartalomgenerálásra	ChatGPT, Jasper, Copy.ai – szövegírás, hirdetések, e-mailek
5. hét	Képgeneráló és vizuális AI eszközök	DALL·E, Midjourney, Canva AI, Freepik – vizuális kreatívok készítése
6. hét	AI chatbotok és ügyfélszolgálat	Chatbotok működése, NLP, példák: Intercom, ManyChat
7. hét	Beszédfelismerés és hangalapú keresés	Voice marketing, okoshangszórók, keresési trendek
8. hét	AI használata e-mail marketingben	Automatizáció, ideális küldési idő, tárgysor-optimalizálás
9. hét	AI a közösségimédia-menedzsmentben	Tartalomtervezés, időzítés, sentiment analysis, virális minták
10. hét	A/B tesztelés és kampányoptimalizálás AI-jal	Automatizált változatkezelés, UX tesztelés, prediktív modellalkotás
11. hét	AI eszközök analitikához és előrejelzéshez	Google Analytics intelligens mutatói, Tableau AI, prediktív konverzió
12. hét	Etikai és jogi kérdések az AI marketingben	Deepfake, hamis tartalom, GDPR, átláthatóság
13. hét	Aktuális trendek és jövőbeli lehetőségek	Generatív AI, real-time marketing, autonóm kampánykezelés
14. hét	Záróprojektek bemutatása	AI-alapú marketingkampányterv vagy eszközhasználat bemutatása, peer review

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Digitális tartalomgyártás jogi szabályozása				Kódja:	
		angolul:							
Felelős oktatási egység:				DE GTK Marketing és Kereskedelem Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:				-				Kódja:	-
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	N	Heti	2	Heti	0	kollokvium	3	magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Károlyi Géza		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:				beosztása	

A kurzus célja,

A tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék a digitális tartalomgyártással kapcsolatos jogi szabályozásokat, etikai normákat, szerzői jogi kérdéseket, adatvédelmi előírásokat, valamint a mesterséges intelligencia és deepfake jelenségek szabályozási dilemmáit is.

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul*Tudás:*

- Birtokában van az alapvető online információgyűjtési és -elemzési módszereknek.
- Ismeri a projektben, teamben, való együttműködés, a projekt vezetés szabályait és etikai normáit.
- Átfogóan ismeri a keresőmarketing szakterület tárgykörének alapvető tényeit, irányait és határait.
- Ismeri a keresőmarketing szakterülethez kötődő legfontosabb összefüggéseket, elméleteket és az ezeket felépítő fogalomrendszert.
- Ismeri az e-üzlet módszereit és hátterét.

Képesség:

- A tanult elméletek és módszerek alkalmazásával tényeket és alapvető összefüggéseket tár fel, rendszerez és elemez, önálló következtetéseket, kritikai észrevételeket fogalmaz meg, döntés-előkészítő javaslatokat készít, döntéseket hoz rutin- és részben ismeretlen - hazai, illetve nemzetközi - környezetben is.
- Elvégzi a keresőmarketing szakterület ismeretrendszerét alkotó elképzelések alapfokú analízisét, az összefüggéseket szintetizálja, és adekvát értékelő tevékenységet folytat. - Képes a marketing és értékesítés rövid és középtávú döntési folyamataiban való eligazodásra, a gyors piaci változások felismerésére, azokhoz való alkalmazkodásra.
- Képes marketing és kereskedelmi döntéseket előkészítő marketingkutató feladatok előkészítésére, a kutatási terv megfogalmazására, és a kutatás lebonyolítására, az alapvető összefüggések elemzésére.

Attitűd:

- A minőségi munkavégzés érdekében problémaérzékeny, proaktív magatartást tanúsít, projektben, csoportos feladatvégzés esetén konstruktív, együttműködő, kezdeményező.
- Fogékony az új információk befogadására, az új szakmai ismeretekre és módszertanokra, nyitott az új, önálló és együttműködést igénylő feladatok, felelőségek vállalására.
- Törekszik tudásának és munkakapcsolatainak fejlesztésére, ebben munkatársaival való együttműködésre.
- Törekszik arra, hogy önképzése a szakmai céljai megvalósításának egyik eszközévé váljon.
- Befogadó mások véleménye iránt.

Autonómiaja és felelőssége

- Általános szakmai felügyelet mellett, önállóan végzi és szervezi a munkaköri leírásban meghatározott feladatokat.
- Az elemzésekért, következtetéseiért és döntéseiért felelősséget vállal.
- Szakmai útmutatás alapján végzi átfogó és speciális keresőmarketing szakmai kérdések végiggondolását, és rendelkezésére álló források alapján történő kidolgozását.
- Felelősséggel részt vállal keresőmarketing szakmai nézetek kialakításában, indoklásában.
- Felelősséget vállal a munkával és magatartásával kapcsolatos szakmai, jogi, etikai normák és szabályok betartása terén.

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A tantárgy célja, hogy a hallgatók megismerjék a digitális tartalomgyártással kapcsolatos jogi szabályozásokat, etikai normákat, szerzői jogi kérdéseket, adatvédelmi előírásokat, valamint a mesterséges intelligencia és deepfake jelenségek szabályozási dilemmáit is.

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

előadás a hallgatók interaktív részvételével

Értékelés**Kötelező szakirodalom:**

Kötelező: Avornicului M., Gubán Á., Seer L., & Szöcs I. (2019). Az internet és lehetőségei – Üzleti és jogi szemszögből. Akadémiai Kiadó, Budapest, ISBN: 978 963 454 338 1

Ajánlott: Czarnocki, J., & Pałka, P. (2024). Proportionality in EU Digital Law 1st Edition Balancing Conflicting Rights and Interests, Pearson, London, ISBN: 9781509974528

Hét	Téma	Tartalmi fókusz
1. hét	Bevezetés: digitális jog, médiaetika, tartalomgyártás	Digitális kommunikációs tér szabályozása, új kihívások
2. hét	Szerzői jog alapjai digitális környezetben	Művek jogvédelme, idézés, fair use / szabad felhasználás, engedélyezés
3. hét	Képek, zenék és videók jogi kezelése	Stock platformok, Creative Commons licencek, plágium kérdések
4. hét	Felhasználási feltételek és ÁSZF-ek tartalomgyártóknak	Jogilag érvényes feltételek létrehozása blogon, YouTube-on, podcastban
5. hét	Adatvédelem és GDPR a gyakorlatban	Cookie-k, hírlevél-feliratkozás, hozzájárulás, adatkezelési tájékoztató
6. hét	Kiskorúak és sérülékeny csoportok védelme	Influenszerek, gyermekek szerepeltetése, reklámjogi korlátok
7. hét	Online platformok felelőssége és moderálása	YouTube, Facebook, TikTok irányelvek, szólásszabadság határai
8. hét	Etikai alapelvek a tartalomgyártásban	Hitelesség, transzparencia, clickbait, vizuális manipuláció
9. hét	Influenszermarketing jogi keretei	Fizetett tartalom megjelölése, NAIH és GVH előírások
10. hét	AI-generált tartalom jogi kérdései	Kinek a tulajdona? Szerző-e a gép? OpenAI, Midjourney, DALL·E jogi helyzete
11. hét	Deepfake, manipulált média és dezinformáció	Azonosíthatóság, büntethetőség, etikai és jogi megközelítések
12. hét	Digitális lábnyom, személyiségi jogok, hírnévvédelem	Felhasználók és szereplők védelme, véleménynyilvánítás joga
13. hét	Nemzetközi jog és globális szabályozási dilemmák	USA–EU eltérések, platformfüggetlen etikai normák
14. hét	Záróprojekt bemutatása és etikai vitaforum	Hallgatói elemzések, esettanulmányok prezentálása, közös vitaetika-gyakorlat

*TE tanulási eredmények

A tantárgy neve:		magyarul:		Matematika kritériumtárgy				Kódja:	GT_AMATKRN-17
		angolul:		Mathematics Criterion course					
Felelős oktatási egység:				Módszertani és Üzelti Digitalizáció Intézet					
Kötelező előtanulmány neve:								Kódja:	
Típus		Óraszámok				Követelmény	Kredit	Oktatás nyelve	
		Előadás		Gyakorlat					
Nappali	x		0		2	Gyakorlati jegy	1	Magyar	
Levelező		Féléves		Féléves					
Tantárgyfelelős oktató				neve:		Dr. Vincze Szilvia		beosztása:	egyetemi docens
Tantárgy oktatásába bevont oktató				neve:		Dr. Kézi Csaba Gábor		beosztása	egyetemi docens

A kurzus célja, hogy a hallgatók

A kurzus célja, hogy a hallgatók átismételjék a középiskolai matematika legfontosabb témaköreit, továbbá megismerjék azokat a matematikai alapfogalmakat, amelyeket a későbbi tanulmányaik során használni fognak. A hallgatók a gyakorlatokon a megadott témákhoz kapcsolódóan szerezhetnek jártasságot az egyes témakörökhöz kapcsolódó feladatok megoldásában.

Azoknak az előírt szakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek (tudás, képesség stb., KKK 7. pont) a felsorolása, amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul**Tudás:**

- *Információgyűjtési, elemzési és probléma-megoldási módszerek ismerete*
- *Megtanulják azokat az alapvető matematikai összefüggéseket, melyek szükségesek a közgazdasági ismeretek elsajátításához és a statisztikai elemzési módszerekhez.*

Képesség:

- *Megszerzett matematikai alapismeretei révén képes szakmai döntéseket megalapozó javaslatok kidolgozására*
- *Képes a szakterületén fellépő problémák megoldásához szükséges matematikai alapismeretek hasznosítására*

Attitűd:

- *Érzékeny a szakterületével kapcsolatosan felmerülő problémákra, törekszik azok megelőzésére, elemzésére és integrált szemléletű megoldására, azok valódi kiváltó okainak megismerését követően*
- *Törekszik arra, hogy a problémákat konstruktívan, kezdeményezően, lehetőleg a gazdálkodókkal, a lakossággal, a természetvédelmi és más szakmai szervezetekkel, a döntéshozókkal és a tudományos élet képviselőivel együttműködésben oldja meg*

Autonómia és felelősség:

- *Döntéseiért felelősséget vállal*
- *Véleményét önállóan, szakmai megalapozottsággal fogalmazza meg*
- *Szakmai kommunikációjába felelősen képviseli szakmai meggyőződését*

A kurzus rövid tartalma, témakörei

A középiskolában tanult fontosabb témakörök (halmazok, egyváltozós valós értékű függvények, egyenletek, egyenlőtlenségek, egyenletrendszerek, szöveges feladatok, számtani és mértani sorozatok, elemi sík- és téreometria) átismétlése és az egyetemi matematika tananyag néhány fejezetének gyakorlása (differenciálszámítás és alkalmazásai).

Tervezett tanulási tevékenységek, tanítási módszerek

Gyakorlat; magyarázat; megbeszélés; strukturálás; kérdezés; visszacsatolás, a tanulók teljesítményének értékelése; szemléltetés; házi feladat

Értékelés

A félév teljesítéséhez a gyakorlatokon való aktív részvétel szükséges (gyakorlatokon legfeljebb 3 hiányzás engedhető meg). A félév során két zárthelyi dolgozatot írunk (előreláthatóan a 8. és a 13. héten), ezek megírása kötelező.

A két zárthelyi dolgozat alapján történik a gyakorlati jegy megállapítása az alábbiak szerint (az összpontszámra vonatkoztatva):

60-69% elégséges (2)

70-79% közepes (3)

80-89% jó (4)

90-100% jeles (5).

Akinek ez nem sikerül, a vizsgaidőszakban lesz lehetősége javításra a Tanulmányi és vizsgaszabályzatban foglaltaknak megfelelően.

Kötelező szakirodalom:

- Bíró Fatime - Vincze Szilvia: A gazdasági matematika alapjai, Debreceni Egyetemi Kiadó, 2012.
- Vincze Szilvia: Gazdasági matematika I, Előadaskövető ppt-k.
- Kézi Csaba: Példatár a középszintű matematikaérettségihez, Pedellus Kiadó, 2020.
- Kézi Csaba: Példatár az emelt szintű matematikaérettségihez, Pedellus Kiadó, 2020.

Ajánlott szakirodalom:

- Sydsaeter - Hammond: Matematika közgazdászoknak, Aula Kiadó, 1998.
- Denkinger Géza – Gyurkó Lajos: Analízis gyakorlatok, Nemzeti Tankönyvkiadó, 1999.
- Bárczy Barnabás: Differenciálszámítás, Bolyai könyvek.
- Kézi Csaba – Szanyi Gyöngyi: Matematika alap-, közép-, és emelt szinten, elektronikus jegyzet, 2018.

Konzultációkra bontott tematika	
1.	Halmazok, műveletek halmazokkal, nevezetes számhalmazok. TE* Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése.
3.	Egyváltozós valós értékű függvények tulajdonságai. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése.
5.	Elemi függvények ábrázolása és jellemzése, függvénytranszformációk. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése. Függvényekkel kapcsolatos alkalmazásorientált feladatok megoldása.
7.	Algebrai egyenletek és egyenlőtlenségek megoldása. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése. Algebrai azonosságok alkalmazása az egyenletekben és egyenlőtlenségekben.
9.	Egyenletrendszerek megoldása. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése. Azonosságok alkalmazása, egyenletrendszerek megoldási módszerei.
10.	Egyenlettel és egyenletrendszerrel megoldható szöveges feladatok. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése. Gazdasági alkalmazások.
11.	Számtani és mértani sorozatok, sorozatok alkalmazásai gazdasági feladatokban. TE Olyan feladatok megoldásában való jártasság, amelyek a mindennapokban is megjelennek (kamatos kamat, törlesztőrészlet, gyűjtőjáradék).
12.	Elemi sík- és térgeometriai feladatok. TE Középiskolai ismeretek összefoglalása és ismétlése.
13.	Kombinatorikai alapok. TE Kombinatorikai feladatok megoldása. Kombinatorikai feladatok alkalmazása.
14.	Valószínűségszámítás. TE Valószínűségszámítás a gyakorlatban.

*TE tanulási eredmények