

Általános információk:

Tanterv:

Tantárgy neve:

Tantárgy kódja:

Szak:

Kreditek száma:

A heti órák elosztása:

Értékelés:

Előfeltételek:

ÜZLETI ALAPISMERETEK (The Basics of Business)

SZB101ML

bármelyik

2

2 ea (7 alkalommal)

évközi jegy (f)

előfeltétel esetén tantárgy neve, kódja -

Tantárgy felelős:

Dr. Mészáros Bernadett, egyetemi adjunktus

Iroda: 7624 Magyarország, Pécs, Boszorkány u. 2. B-342

E-mail: meszaros.bernadett@mik.pte.hu

Munkahelyi telefon: +36 72 503 650 / 23835

Oktatók:

Dr. Mészáros Bernadett, egyetemi adjunktus

Iroda: 7624 Magyarország, Pécs, Boszorkány u. 2. B-342

E-mail: meszaros.bernadett@mik.pte.hu

Munkahelyi telefon: +36 72 503 650 / 23835

Tárgyleírás

A kurzus során a hallgatók megismerik az üzleti vállalkozások sajátosságait, a rendszer egészének sikeres biztosítását szolgáló üzleti stratégia alakítás folyamatát, annak egyes módszereit és eszközeit, valamint a kapcsolódó üzleti modelleket. Amíg a vállalati működést leíró tudományok az egyes részerületek felől közelítenek, addig a stratégiai menedzsment gondolkodás a vállalkozást, mint fejlődő, a részterületek eredményes együttműködésén alapuló egészt tekinti. A tárgy áttekinti, hogy az üzleti vállalkozások alapvető pénzügyi és piaci folyamatai miként kapcsolódnak egymáshoz, és hogyan építik fel a vállalati cél(ok) eléréséhez vezető utat. A tárgy egyfajta holisztikus tudást kíván nyújtani és a stratégiai menedzsmentre helyezi a hangsúlyt.

Oktatás célja

Műszaki szakemberek számára befogadható és a napi gyakorlatban is hasznosítható átfogó tudást adni arról, hogy mit jelent vállalkozást létrehozni, működtetni, melyek az alapvető üzleti folyamatok. A pénzügyi és piaci folyamatok megértése saját vállalkozás működtetése során is hasznos tudásanyag, ezen túl azonban a mérnöki területek képviselőinek segít megérteni a beruházások fejlesztések mögött álló gazdasági (megrendelői) oldalt, amellyel egy tervezési, kivitelezési folyamatban együttműködniük szükséges. Cél egyfajta holisztikus szemlélet adásával, a műszaki és gazdasági tudományterületek képviselői közötti híd betöltése.

Tantárgy tartalma

Előadás:

1. Mit jelent a vállalkozás? Vállalkozás, cégalapítás, gazdasági, jogi, humán feltételrendszer.
2. Üzleti környezet.
3. Vállalati stratégiák – stratégiai tervezés (Porter öt erő modellje, értéklánc és magkompetencia, a stratégiai tervezés vállalati szintjei).
4. Vállalati stratégiák – portfólióértékelés (BCG mátrix, jelenbeni és jövőbeni portfólió értékelése, Ansoff piaci mátrix).
5. Üzleti modellek, valamint az üzleti modellek és stratégia kapcsolódása
6. Marketing stratégia - STP, azaz célpiaci stratégia
7. Marketing stratégia – USP, azaz egyedi megkülönböztető ajánlat kialakítása és márkáépítés, valamint a marketing „4+3 P” -je

Számonkérési és értékelési rendszere

*A tantárgy felvételével, követelményrendszerével, teljesítésével, a hallgató szorgalmi-, vizsga- és záróvizsga időszak kötelező teendőivel kapcsolatban minden esetben a Pécsi Tudományegyetem érvényben lévő Szervezeti és Működési Szabályzatának 5. számú melléklete, a Pécsi Tudomány egyetem **Tanulmányi és Vizsgaszabályzata (TVSZ)** az irányadó.*

Jelenléti és részvételi követelmények

A PTE TVSZ 45.§ (2) és 9. számú melléklet 3§ szabályozása szerint a hallgató számára az adott tárgyból érdemjegy, illetve minősítés szerzése csak abban az esetben tagadható meg hiányzás miatt, ha levelező tagozaton egy tantárgy esetén a tantárgyi tematikában előírányzott foglalkozások több mint 50%-áról hiányzott.

A jelenlét ellenőrzésének módja: jelenléti ív

Számonkérések

Félévközi ellenőrzések, teljesítményértékelések és részarányuk a minősítésben

Típus	Értékelés	Részarány a minősítésben
Órai aktivitás	max 10 pont	10%
Beadandó házi feladat: esettanulmány készítése egy szabadon választott vállalkozásról, a félév során tanult módszerek valamelyikének felhasználásával	max 90 pont	90%
Együtt	max 100 pont	100%

A.) Félévközi jeggyel záruló tantárgy (PTE TVSz 40§(3))

Pótlási lehetőségek módja, típusa (PTE TVSz 47§(4))

Pótlásra az utolsó órán, illetve a vizsgaidőszak első két hetében van lehetőség.

Az aláírás megszerzésének feltétele

Az órák látogatása min. 50% részvétellel, az órai 1 egyéni feladat elkészítése min. 50% készültségi szinten

Az érdemjegy kialakításának módja %-os bontásban

Az összesített teljesítmény alapján az alábbi szerint.

Érdemjegy:	5	4	3	2	1
	A, jeles	B, jó	C, közepes	D, elégséges	F, elégtelen
Teljesítmény %-os:	85%-100%	70%-84%	55%-69%	40%-55%	0-39%

Irodalom

Kötelező irodalom és elérhetősége

- Barakonyi Károly: Stratégiai tervezés – Stratégiaalkotás I., Nemzedékek Tudása Tankönyvkiadó, Budapest, 1999., 156 p
- Barakonyi Károly: Üzleti modellek, in: Vezetéstudomány, XXXIX. évf. 2008. 5. szám, pp1-14
- Mészáros Bernadett: a tantárgyhoz készített módszertani segédanyagok, és órai prezentációk, melyek a hallgatóknak átadásra kerülnek

Ajánlott irodalom és elérhetősége

- Barakonyi Károly – Peter Lorange: Stratégiai management, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1994, 336 p
- Philip Kotler: Marketing management, Műszaki Könyvkiadó Budapest, 1993, 624 p
- What is Business Process Management? An In-Depth BPM Guide, in TechTarget, 27 p
- dr. Kozma Réka: Vállalkozási ismeretek, Mestervizsgára felkészítő oktatási jegyzet, Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, Budapest, 152 p

Oktatási módszer

1. tematika szerinti előadások, az előadásokhoz kapcsolódóan a módszertani eszközök gyakorlati alkalmazása egy-egy eset ismertetése által is átadásra kerül
2. a feladat első beadását követően javítási lehetőség és konzultációs lehetőség a hallgató rendelkezésére áll

Metodika és szempontrendszer:

Elméleti módszertani ismeretek átadása

Az elméleti tudásanyagokhoz rendelt, azok jobb megértését szolgáló gyakorlati példa/eset közös órai feldolgozása, értelmező kérdések

A feladatról pluszban konzultációs lehetőség – egyéni, vagy kisebb csoportos

Részletes tantárgyi program és követelmények

Feladatok és követelményrendszerük

A féléves teljesítendő feladat:

kiadása az első órán megtörténik szóban és írásban. Az elkészítéshez a segédanyagok szintén az első konzultáció alkalmával átadásra kerülnek.

A beadandó féléves feladat elkészítésének és értékelésének fontosabb szempontjai:

Elkészítendő: esettanulmány készítése egy szabadon választott vállalkozásról, a félév során tanult módszerek valamelyikének felhasználásával. (min 5 max 10 oldal, cél a megismert üzleti eszközök közül legalább egy eszköznek, mint üzleti elemzési módszernek a kipróbálása). Értékelési szempont: önálló munkavégzés, a módszertan, logikus, következetes használata.

Az év végi feladathoz maximum 10 pontot (10%) az órai aktivitás hozzáad.

Program heti bontásban

Okta-tási hét	Téma	Téma kibontása
1.		
2.	Mit jelent a vállalkozás? Vállalkozás, cégalapítás, gazdasági, jogi, humán feltételrendszer.	Mit jelent a vállalkozás? Milyen vállalkozási típusok vannak? Mit jelent a vállalati újratermelés folyamata? Indítsam – ne indítsam? Vállalkozási formák és adózás. Vállalkozás alapításának lépései. Röviden a vállalkozások számviteli kötelezettségéről.
3.		
4.	Üzleti környezet	Mikrokörnyezet, vállalkozás értékhálója, és az egyes szereplők kapcsolata. Piacok és piaci szereplők. A piaci kereslet szintjei. A piacelemzés lehetséges módszerei. Makrokörnyezeti hatások és a STEEP elemzés.
5.		
6.	Vállalati stratégiák – stratégiai tervezés (Porter öt erő modellje, értéklánc és magkompetencia, a stratégiai tervezés vállalati szintjei).	A vállalati alapstratégiák. A vállalati stratégiát meghatározó érdekcsoportok és elvárásaik. Az iparági versenyképesség vizsgálata – Porter öt erő modellje. Értéklánc és magkompetenciák, a versenyképesség pillérei. Vállalati stratégia és üzletág, vállalati stratégia és funkcionális stratégiák kapcsolata. A vállalat küldetése és célrendszere, a szervezeti döntések rendszere.
7.		
8.	Vállalati stratégiák – portfólióértékelés (BCG mátrix, jelenbeni és jövőbeni portfólió értékelése, Ansoff piaci mátrix).	Vállalati alapstratégiák és piaci stratégiák. Az üzleti területek meghatározása. Meglévő és jövőbeni portfólió értékelése. Az értékelés folyamata, szempontjai, eszközrendszere. A versenyképesség összetevői.
9.		

10.	Üzleti modellek, valamint az üzleti modellek és stratégia kapcsolódása	Üzleti modell fogalma. Üzleti modellek típusai. Az üzleti modell építőkövei. Vevő hasznossági mátrix. Az üzleti modellek a stratégiai menedzsment rendszerében.
11.	Marketing stratégia - STP, azaz célpiaci stratégia	Mit jelent a szegmentálás? Mi jellemzi a fogyasztóinkat? Hogyan választunk célpiacot. A fogyasztói szegmentáció változói. A szegmentálással szemben támasztott követelmények. A szegmentumok befogadóképességének becslése. Piaci stratégiai irányok meghatározása.
12.		
13.	Marketing stratégia – USP, azaz egyedi megkülönböztető ajánlat kialakítása és márkaépítés, valamint a marketing „4+3 P” -je	Lehetséges pozicionálási szempontok meghatározása. Az ajánlat tulajdonságainak kialakítása, egyedi jelzővel való ellátása és a vevő felé történő kommunikálása. A termék – árazás. – elosztás és promóció integrált alkalmazása.
14.		

.....
Dr. Mészáros Bernadett tantárgyfelelős

Pécs, 2024.08. 25.