# Általános információk:

**Tanterv:**

**Tantárgy neve: Üzleti alapismeretek** (The Basics of Business)

**Tantárgy kódja: SZB101ML**

**Szak: bármelyik**

**Kreditek száma: 2**

**A heti órák elosztása:** 2 ea (7 alkalommal)

**Értékelés:** évközi jegy (f)

**Előfeltételek: 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 terültek 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 márkaépítés, 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 előirányzott 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 válaszott vállalkozásról, a félév során tanult módszerek valamelyikének felhasználásával* | *max 90 pont* | *90%* |
| *Együtt* | *max 100 pont* | *100%* |

1. 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: Stratégai tervezés – Stratégaialkotás 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. | 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. Vállati stratégia és üzletág, vállalati stratégia és funkcionális stratégiák kapcsolata. A vállalat küldetése és célrendszere, a szervezeti döntések rendszere. |
| 6. |  |  |
| 7. | A termék, a szolgáltatástermék | A termékpolitika helye, szerepe, a marketing termékfelfogása. A kínálat termékszerkezete. A termékhagyma, új termék, termékéletciklus. Egyedi termékdöntések. A szolgáltatástermék és legfontosabb jellemzői. |
| 8. | Üzleti modellek, valamint az üzleti modellek és stratégia kapcsolódása  | Vállati alapstratégiák és piaci stratégiák. Az üzleti területek meghatározása. Meglévő és jövőbeni portfólió értékelése. Az értékelés folyamata, szempontjai, eszközrendszere. A versenyképesség összetevői. Üzleti modell fogalma. Üzleti modellek típusai. Az üzleti modell építőkövei. Vevő hasznossági mátrix. Az üzleti modellek a stratégiai menedzsment rendszerében. |
| 9. |  |  |
| 10. | 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. |
| 11. |  |  |
| 12. |  |  |
| 13. |  |  |
| 14. | 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. |

 ..……………………………….

 Dr. Mészáros Bernadett tantárgyfelelős

 Pécs, 2025.01. 27.