|  |  |
| --- | --- |
| **Tantárgy neve: Gazdaságtudományi ismeretek III.; MTB7026**  **(vezetés, marketing, szaktanácsadás)** | **Kreditszáma: 4** |
| A tanóra[[1]](#footnote-1) típusa és száma: **4 ea. + 0 gyak.** az adott félévben, | |
| A számonkérés módja (koll. / gyj. / egyéb[[2]](#footnote-2)): **kollokvium** | |
| A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): **V.** | |
| Előtanulmányi feltételek *(ha vannak)*:**-** | |
| **Tantárgy-leírás** | |
| Célja, hogy a hallgató rendelkezzen mindazokkal az alapismeretekkel, amelyek a szervezés-logisztika, vezetés, marketing, valamint a szaktanácsadás szakterülethez kapcsolódnak.  **Vezetés**:   1. A vezetés fogalma, kialakulása, fejlődése. (Vezetés, vezető eredete, megtanulható-e a vezetés, vezetői szerepek, vezetési szintek és képességek, elképzelés és megvalósítás összefüggései, vezetés fejlődése, amerikai és európai fejlődés jellegzetességei, klasszikus vezetési iskolák – Taylor, Fayol, Weber, humanisztikus irányzat megjelenése -Mayo) 2. Szervezeti formák és csoportmenedzsment (Csoport fogalma, kialakulás okai, társadalmi csere elmélete; csoportdinamika – szerep, státusz, méret, típus, norma, konformizmus okai, szakaszai, eszközei; csoportdinamikai kísérletek – Asch, Milgram, Zimbardo, Sheriff; csoportműködés megítélése; csoportműködési anomáliák – személyiségészlelési torzulások, Apolló szindróma, csoportgondolkodás; szervezeti formák strukturális jellemzői – Dobák-féle tipológia, Mintzberg-féle szervezeti építőelemek, Mintzberg-féle tipológia; szervezeti változások) 3. Kommunikáció és információ menedzsment 4. Döntés és döntésvégrehajtás (a döntés, bizonyosság, kockázat, bizonytalanság, a problémamegoldás és szakaszai; döntéselméleti irányzatok; optimális és korlátozott racionalitás modellje; kilátás-elmélet-képviselője, axiómák és irracionalitás, heurisztikák néhány típusa) 5. Könyvtárhasználat   **Marketing:**   1. Bevezetés, szegmentáció (marketing szerepének bemutatása, kapcsolódó fogalmak; a piac értelmezése, felosztása: piac-szegmentáció és jellemzői; pozicionálás jelentősége és sajátosságai, marketing stratégiák kialakítása; 2. Fogyasztói és szervezeti magatartás (fogyasztó szerepe, magatartásának sajátosságai, a fogyasztó befolyásolása; szervezetek beszerzési magatartása, beszerzés értékelés, beszerzési szituációk elemzése, döntési helyzetek) 3. Termék- és árpolitika (a márka szerepe, különböző formáinak elemzése; új termék fejlesztése, termék-életciklusok menedzselése;az ár: árképzési módszerek, szerepük különböző piaci helyzetekben) 4. Értékesítés és reklám (Értékesítési politika:eltérő csatornák és helyek elemzése; promóciós tevékenységek: a hirdetés és a PR jellemzői, eladásösztönzés és személyes eladás jellemzői, reklámköltségek elemzése) 5. Csatornapolitika   **Szaktanácsadás:**   1. A szaktanácsadás (Fogalma, kialakulása, célja, feladatai; a szaktanácsadó feladata, kötelezettsége, elvárt jellemzők, szaktanácsadói munkavégzés irányelvei, hatékony szaktanácsadói rendszer kialakításának prioritásai) 2. A szaktanácsadói névjegyzék (Mezőgazdasági szaktanácsadás változatai, a szaktanácsadás struktúrája; névjegyzék, névjegyzékbe kerülés feltételei; névjegyzékben maradás feltételei, évenkénti értékelés folyamat, névjegyzékből való törlés) 3. Az agrár-szaktanácsadás átalakítása (okai, alapelvei, az átalakított szaktanácsadási rendszer struktúrája, az átalakított szaktanácsadási rendszerhez kapcsolódó támogatási rendszer) 4. A tanácsadói munka tervezése, szervezése (a prioritásokat élvező gazdák, az ügyfelek megnyerése, a prioritások megválasztása) A tanácsadás folyamata (a problémamegoldó szaktanácsadás folyamatának modellje és elemei; a problémamegelőző szaktanácsadás folyamatának modellje és elemei) | |
| A **3-5** legfontosabb *kötelező,* illetve *ajánlott***irodalom** | |
| **Ajánlott irodalom:**   * Hajós L., Pakurár M., Berde Cs. (2007): Szervezés és logisztika jegyzet. Egyetemi jegyzet, Debreceni Egyetem. (HEFOP) * Szegedi Z., Prezenszki J. (2003): Logisztika-menedzsment. Kossuth Könyvkiadó, Budapest. * Berde Cs., Láczay M. (2005): Menedzsment. Nyíregyházi Főiskola * Roóz J. (2006): Vezetésmódszertan. Perfekt Kiadó, Budapest. * Bakacsi Gy. (2007): Szervezeti magatartás, vezetés. Aula Kiadó, Budapest. * Bauer A., Berács J. (2006): Bevezetés a marketingbe. KOTK, Budapest * Kozári J. (2000): Szaktanácsadás a mezőgazdaságban. Dinasztia Kiadó, Budapest. * Alan W. van den Ban, H. S. Hawkins (1996): Mezőgazdasági szaktanácsadás. Mezőgazda Kiadó. | |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**: Dr. Pető Károly, egyetemi docens, CSc** | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k),** ha vannak(*név, beosztás, tud. fokozat*)**: -** | |

1. **Nftv. 108. §** 37. *tanóra*: a tantervben meghatározott tanulmányi követelmények teljesítéséhez az oktató személyes közreműködését igénylő foglalkozás (előadás, szeminárium, gyakorlat, konzultáció), amelynek időtartama legalább negyvenöt, legfeljebb hatvan perc. [↑](#footnote-ref-1)
2. pl. évközi beszámoló [↑](#footnote-ref-2)