

TANTÁRGYI LEÍRÁS

| | |
|--|--|
| A tantárgy neve magyar nyelven: | Kereskedelem gazdaságtana |
| A tantárgy neve angol nyelven: | Commerce and Trade |
| A tantárgy kreditértéke: | 3 |
| A tantárgy elektronikus tanulmányi rendszer kódja: | BN-KERGAZ-03-EA |
| A tantárgy besorolása: | kötelező |
| Az oktatás nyelve (ha az nem magyar): | magyar |
| A tantárgy gondozásáért felelős szervezeti egység: | Marketing Intézet |
| A tanóra típusa és óraszám: | Előadás, heti óraszám: 2, féléves óraszám: 0 |
| Munkarend (nappali / levelező): | Nappali |
| A tantárgy meghirdetésének féléve: | 2022/2023 1. félév |
| Előtanulmányi feltételek: | - |

A TANTÁRGY CÉLJA, TANULÁSI EREDMÉYNEK:

A hallgató a tárgy elvégzését követően képes értelmezni a kereskedelmi tevékenység különböző aspektusait. Képes a (kis)kereskedelmi stratégiák azonosítására és elemzésére, beleértve a stratégiák legfontosabb területeit. Képes azonosítani és elemezni a kereskedelmi mix egyes elemeit, a (kis)kereskedelmi választékpolitikáját, a kereskedelmi márkázási stratégiákat és politikákat, a kiskereskedelmi árpolitikát, csatornapolitikát, a kommunikációs politikát, valamint a kereskedelmi üzletek kialakításának lehetőségeit, valamint képes értékelni kereskedelmi telephelyválasztási döntéseket.

A tárgy (ismeretkör) a szakon belül kapcsolódik marketing alapjaihoz, szervesen épül az ott megszerzett ismeretekre és kompetenciákra, illetve kapcsolódik további tárgyakhoz, így pl. integrált marketingkommunikáció, piackutatás tárgyakhoz. Alapozó tárgyként a szakon választható specializációkon hallgatható ismertköröket is előkészít.

A TANTÁRGY TARTALMÁNAK RÖVID LEÍRÁSA:

A kereskedelmi funkciók és az azokból következő kereskedelmi formák, üzlettípusok azonosítását követően a hallgatók megismerik a kereskedelmi stratégia elemeit. A kiskereskedelmi mix egyes elemeivel részleteiben is megismerkednek (pl. választékpolitika, árazás, kommunikáció, szolgáltatások, telephelyválasztás stb.). Az egyes elemeket a gyakorlatban is megfigyelhetik egy általuk választott kiskereskedelmi egység tevékenységének értékelése kapcsán.

A HALLGATÓ FELADATAI, TERVEZETT TANULÁSI TEVÉKENYSÉGEI:

A hallgatók szorgalmi feladatként egy-egy üzletet figyelnek meg, azonosítva, bemutatva és elemelve az üzlet által alkalmazott kiskereskedelmi mix (kategóriamenedzsment, bolti atmoszféra, kiskereskedelmi kommunikáció) elemeit. A megfigyelés előre megadott szempontok alapján történik. A megfigyelés eredményeiről beszámolót készítenek, amelyet a CooSpace-n nyújtanak be.

A TÁRGY ÉRTÉKELÉSE:

Az elsajátított ismeretek és az elvégzett feladatok értékelése formatív (fejlesztő) és szummatív (összegző) módon történik az alábbiak szerint:

- Az előadásokon egyes témák zárásakor a hallgatók online játékokon vehetnek részt. Ennek során az egyes témákhoz kapcsolódó kérdéseket kapnak, amelyek helyes megválaszolása a végső értékelésbe összesen max. 20%-os súllyal számít be.
- A kereskedelmi üzlet megfigyeléséről készült beszámolóra (szorgalmi feladat) a hallgatók rövid fejlesztő értékelést kapnak. Az elkészített beszámolóra a hallgatók pontszámot is kapnak, ennek súlya a végső értékelésben max. 20% lesz.
- A kollokviumi dolgozat értékelése pontozással történik, a sikeres vizsgához a maximálisan

szerezhető pontszám 51%-át el kell érni, a szorgalmi feladatból származó plusz pontok (százalékok) csak ezután kerülnek beszámításra. Az értékelés a minimum pontszám felett lineáris.

Megajánlott jegy adható: Nem.

KÖTELEZŐ IRODALOM:

- Agárdi Irma: Kereskedelmi marketing és menedzsment, Akadémiai Kiadó, 2017, https://mersz.hu/hivatkozas/dj233kmem_book1#dj233kmem_book1

AJÁNLOTT IRODALOM:

- Berman, Barry,: *Retail management : a strategic approach.* , 2018
- Levy, Michael,: *Retailing management.* McGraw-Hill Education, cop. 2019
- Törőcsik Mária: *Fogyasztói magatartás : insight, trendek, vásárlók.* Akad. K., 2011, 2018