

## Tárgytematika

### Kereskedelmi vállalatok szervezése elemzése

LGB\_SV035\_1

**Tárgyfelelős neve:** dr. Szabó József

**Félév:** 2013/14/1

**Beszámolási forma:** Vizsga

**Tárgy heti óraszám:** 0/0/0

**Tárgy féléves óraszám:** 15/0/0

---

### OKTATÁS CÉLJA

A tantárgy célja a kereskedelmi ágazat, kereskedelmi vállalatok működésének bemutatása. A tárgy tanulása során a hallgatók megismerik a kereskedelmi vállalatok működésének legfontosabb sajátosságait és megismerkednek a kereskedelmi vállalatok gyakorlati problémáival, azok lehetséges megoldásaival.

---

### TANTÁRGY TARTALMA

Bevezetés a kereskedelembe, Kereskedelem Magyarországon

Kereskedelmi formák, üzlettypusok a kereskedelemben vállalkozási formák a kereskedelemben

Fogyasztói magatartás a kiskereskedelemben

Stratégiai kérdések a kiskereskedelemben

Telephelyválasztás

Választékpolitika

Ár- és akciópolitika

Kereskedelmi szolgáltatások

Kiskereskedelmi kommunikáció

Üzletek kialakítása

Üzletek operatív működtetése

Kereskedelmi technológia

Áruházak, bevásárlóközpontok

Kereskedelmi vállalatok teljesítményének mérése

---

### SZÁMONKÉRÉSI ÉS ÉRTÉKELÉSI RENDSZERE

Esettanulmány megoldása 20%.

Szóbeli vizsga: 80%

Értékelés:

0 - 50 pont	elégtelen
51 - 65 pont	elégséges
66 - 80 pont	közepes
81 - 90 pont	jó
91 - 100 pont	jeles

---

## KÖTELEZŐ IRODALOM

### **Kötelező irodalom:**

Agárdi Irma: Kereskedelmi marketing és menedzsment, Budapest, Akadémiai Kiadó, 2010.

**Ajánlott irodalom, válogatott fejezetek a következő művekből:**

Rekettye –Hetesi: Kínálatmenedzsment, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2009. (61-101. old. 175-193. old.)

Törőcsik: Vásárlói magatartás, Budapest, Akadémiai Kiadó, 2009.

Törőcsik: Fogyasztói magatartás trendek, Budapest, KJK-Kerszöv Kiadó, 2003. (51-71. old)

Berman-Evans: Retail management, Pearson Education, 2010.

Bauer-Mitev: Eladásmenedzsment, Budapest, Akadémiai Kiadó, 2008. (149-232. old.)

Sikos T.-Hoffmann: A fogyasztás új katedrálisai, Budapest, MTA Társadalomkutató központ, 2004.