|  |
| --- |
| **Betriebsökonomie in englischer Sprache Bachelor of Science (BSc)** |
| **Ökonomische, geschäftliche und methodologische Kenntnisse** |
| Benennung des Kurses | 1. Studienjahr | 2. Studienjahr | 3. Studienjahr |
| 1. Semester  | 2. Semester | 3. Semester | 4. Semester | 5. Semester | 6. Semester |
| Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi |
| Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis |
| Mikroökonomie |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Makroökonomie |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Statistik |   |   |   |   | **3** | **1** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Geschäftsorganisationen im globalen Kontext |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Marketing |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Geschäftsumfeld |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **2** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Finanzen für Manager |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Rechnungsführung |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Informatik | **0** | **5** | **5** | gy |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Kommunikationsfähigkeiten | **0** | **4** | **5** | gy |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Umgang mit Kommunikation | **0** | **4** | **5** | gy |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Präsentation |   |   |   |   | **0** | **4** | **5** | gy |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Forschungsprojekt |   |   |   |   | **2** | **2** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Wählbar | **3** |   | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ***Insgesamt*** | **3** | **13** | **20** |  | **11** | **7** | **25** |  | **9** | **4** | **15** |  | **6** | **0** | **10** |  | **0** | **0** | **0** |  | **0** | **0** | **0** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Sozialwissenschaften** |
| Benennung des Kurses | 1. Studienjahr | 2. Studienjahr | 3. Studienjahr |
| 1. Semester | 2. Semester | 3. Semester | 4. Semester | 5. Semester | 6. Semester |
| Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi |
| Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis |
| Umgang mit Menschen | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Recht | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Geschäftsrecht |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Human Ressources Management |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Kulturelle Anthropologie |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Wählbar |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** |   | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ***Insgesamt*** | **6** | **0** | **10** |  | **3** | **0** | **5** |  | **9** | **0** | **15** |  | **0** | **0** | **0** |  | **0** | **0** | **0** |  | **0** | **0** | **0** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Spezialisierte Trainingskurse** |
| Benennung des Kurses | 1. Studienjahr | 2. Studienjahr | 3. Studienjahr |
| 1. Semester | 2. Semester | 3. Semester | 4. Semester | 5. Semester | 6. Semester |
| Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi | Stundenzahl | Kr | vi |
| Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis | Theorie | Praxis |
| Menschen in den Organisationen |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **2** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Führung und Management |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Public relations (PR) |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **0** | **5** | k |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Marketing Management |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **2** | **6** | k |   |   |   |   |
| Persönliche Führung und Managemententwicklung  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **6** | k |   |   |   |   |
| Marketingkommunikation |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **6** | k |   |   |   |   |
| Fördersysteme der Entscheidungsfindung |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **6** | k |   |   |   |   |
| Unternehmenslehre |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **6** | k |   |   |   |   |
| Finanzielle Entscheidungsfindung für Manager |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **2** | **6** | k |
| Management für Qualität und Dienstleistungserbringung |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **2** | **6** | k |
| Risikoverwaltung |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **1** | **6** | k |
| Strategisches Marketing |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **2** | **6** | k |
| Projektmanagement |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** | **0** | **6** | gy |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Wählbar |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | **3** |   | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ***Insgesamt*** | **0** | **0** | **0** |  | **0** | **0** | **0** |  | **0** | **0** | **0** |  | **12** | **3** | **20** |  | **15** | **6** | **30** |  | **15** | **7** | **30** |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Wählbare Lehrgegenstände** |
| Benennung des Kurses |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Stundenzahl | Kr | vi |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Theorie | Praxis |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| E-Marketing | **0**  | **3** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Geschäftsethik | **3** | **0**  | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Zukunftsforschung | **3** |  **0** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Geopolitik | **3** |  **0** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Geschichte und Kultur | **3** |  **0** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Einführung in die internationale Entwicklung | **3** |  **0** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Problembehandlung |  **0** | **3** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Massenkommunikation | **3** | **0**  | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Politische Ökonomie | **3** |  **1** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| P | **3** |  **0** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Psychologie- und Transaktionsanalyse |  **0** | **3** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Symbolik |  **0** | **3** | **5** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| **Alles insgesamt** | **9** | **13** | **30** |  | **14** | **7** | **30** |  | **18** | **4** | **30** |  | **18** | **3** | **30** |  | **15** | **6** | **30** |  | **15** | **7** | **30** |  |
| **Stundenzahl (Gelenkte Stunden)** | **308** |   |   | **294** |   |   | **308** |   |   | **294** |   |   | **294** |   |   | **308** |   |   |

**Ökonomische, geschäftliche und methodologische Kenntnisse**

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Mikroökonomie** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 2. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel des Unterrichts des Lehrgegenstands ist die Gestaltung der ökonomischen Betrachtungsweise der Studenten, sowie die Übergabe des zur Kenntnis der ökonomischen Prozesse notwendigen Grundwissens.**2. Kursbeschreibung:*** Kursbeschreibung, die Ökonomie: Management, Defizit, Ressourcen Wirtschaftsstrukturen. Messung von Wirtschaftsleistungen
* Markt und Marktprozesse: Merkmale der Darstellung und Vorstellung von Angebot und Nachfrage Erhebung der Marktsituation Gleichgewicht, Preis, Berechnung der Gleichgewichtsmenge Das Marshall-Kreuz
* Die Rolle der Haushalte in der Ökonomie: Bedürfnis, Nützlichkeit, Wahlpräferenzen Kardinale und ordinale Erklärung der Nützlichkeit System der Indifferenzkurven.
* Kurzfristige Entscheidungsfindungsprozesse im Konsum der Haushalte: die Einkommensgrenze. Verbraucheroptimum und Verbrauchergleichgewicht. Einfluss der Änderungen von Preis und Einkommen auf die Nachfrage.
* Berechnung des Flexibilitätsindexes. Individuelle Einkommenskurve. Wirtschaftsüberschuss.
* Verhalten der Haushalt auf dem Markt der Produktionsfaktoren: Haushalte auf dem Arbeitsmarkt und dem Geldmarkt.
* Die Rolle der Unternehmen in der Wirtschaft und in der Produktion: Theorie der Produktion. Produktionsabbildungen. Marginale und durchschnittliche Produktionsleistung. System der Gleichproduktkurven. Rentabilität von Unternehmensgrößen
* Kosten eines Produktionsunternehmens: Erlöse und Profits. Einheitskosten. Kostenfunktionen. Definierung von effizienten Produktionsprozesse.
* Unternehmensangebot auf dem Markt der Konsumgüter: Profitmaximierung, Verlustminimierung. Identifizierung des Deckungspunktes und des Eliminierungspunktes.
* Individuelle Versorgung, Marktversorgung. Definierung der zur Profitmaximierung führenden Outputs.
* Marktstrukturen. Monopol, das Angebotsmonopol. Die Ballastfracht-Wirkung. Unterscheidung der Preise.
* Unternehmen auf dem Markt der Produktionsfaktoren: Nachfrage der Inputfaktoren der Unternehmen und der Industrie. Angebot der Faktorenmärkte. Definierung der auf der marginalen Herstellung basierenden Faktorpreise.
* Das teilweise und das allgemeine Gleichgewicht.
* Fiaskos auf dem Markt: Externalien und Wohlstandsverlust.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Erkennen und Analyse der mittels mikroökonomischer Betrachtungsweise stattfindenden Entscheidungsfindungsprozesse der Wirtschaftsteilnehmer. Aneignung der grundlegenden Wirtschaftsfachsprache, ökonomische Definitionen, Begriffe und Ausdrücke auf Englisch. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Sloman, J. et al. (2010). *Economics for Business*. Financial Times Prentice Hall.**Empfohlene Literatur** Nicholson, W. and Snyder, C.M. (2011). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* Massachusetts: CENGAGE Learning Custom Publishing. |
| **Name der Lehrkraft: Bettina MARTUS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Makroökonomie** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 2. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Unterrichtsziel des Lehrgegenstands ist, die makroökonomische Betrachtungsweise der Studenten zu entwickeln, damit sie die typischen Fragen der Wirtschaftspolitik kennenlernen. **2. Kursbeschreibung:**1. **Einführung in die Wirtschaftspolitik**

Neben den grundlegenden Definitionen der Makroökonomie bietet die Vorlesung eine Einführung in die Fragen der wichtigsten Mittel und Dilemmas der Wirtschaftspolitik.Lehrplan:* Größte Dilemmas der Makroökonomie
* Budgetpolitik, Defizit und Verdrängungseffekt
* Monetäre Politik
* Wirtschaftswachstum und Stabilität
1. **Definierung und ökonomische Rolle des Geldes**

Die Vorlesung wird eines der entscheidenden Mittel des alltäglichen Lebens, das Geld, vorstellen. Neben den grundsätzlichen Begriffsdefinitionen und Prozesse (z.B. Geldproduktion) wird die Vorlesung die Beziehung zwischen Geld und Realwirtschaft aufgrund der unterschiedlichen makroökonomischen Rahmen behandeln.Lehrplan:* Geld (Definition, Funktionen, Arten...)
* Geld und Inflation
* Geld und Realwirtschaft
1. **Beziehung zwischen dem finanziellen Vermittlungssystem und der Realwirtschaft**

Die makroökonomischen Vorlesungen auf Basisniveau beschäftigen sich in der Regel nicht mit dieser wichtigen Beziehung. Heutzutage, nach zahlreichen Bankkrisen mit schwerwiegenden Folgen kann man nicht mehr leugnen, dass das finanzielle Vermittlungssystem einen bedeutenden Einfluss auf die Realwirtschaft ausübt. Um die gegenwärtige lokale Situation und die internationale Wirtschaftslage zu interpretieren, kann man dem Thema nicht ausweichen.Lehrplan: * Die Rolle der finanziellen Vermittler in der Wirtschaft: die klassische Einstellung, Schumpeter [1912], Siamond [1984]
* Beziehung zwischen dem finanziellen Vermittlungssystem und der Realwirtschaft, die wichtigsten Theorien: Fischer [1933], Keynes [1965], Gurly – Shaw [1955], Modigliani-Miller, Firedman – Schwartz [1963]
* Definition der Pro-Zyklizität (der Kreditzyklus stärkt den Wirtschaftszyklus) und die wichtigsten empirischen Studien (lokal und international)
* Ursachen und makroökonomische Folgen der 2007/2008 in den USA ausgebrochenen internationalen Kreditkrise
1. **Konsum- und Sparverhalten der Haushalte**

Die Verbrauchskosten der Haushalte sind wegen ihrer Dimension einer der entscheidendsten Makroindikatoren. Die Vorlesung präsentiert die Grundtheorien und die neuesten internationalen empirischen Fakten in Verbindung mit dem Konsum- und Sparverhalten der Haushalte. Lehrplan:* Theoretische Grundmodelle: Die Lebenszyklus-Hypothese von Modigliani – Brumberg [1952/1980], Hypothese des ständigen Einkommens von Friedman [1957]
* Das Konsumverhalten der Haushalte kann mit dem Vorstehenden nicht perfekt erklärt werden, weitere Theorien sind notwendig: Kreditrahmen, Wegwerfgewohnheiten, Vorsicht, Kurzsichtigkeit, Demographie.
* Nationale empirische Studien
1. **Die gegenwärtige Situation der Makroökonomie und der Wirtschaftspolitik**

Aufgrund des im Zuge des Kurses erworbenen Wissens werden einige aktuelle wichtige wirtschaftspolitische Fragen gemeinsam mit den Studenten besprochen.**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:*** Aneignung der grundlegenden makroökonomischen Begriffe, wichtigste Mittel und Wahlen der Wirtschaftspolitik.
* Erkennen der Beziehung zwischen der monetären und der Realwirtschaft.
* Konsum- und Sparverhalten der Haushalte.
 |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Mankiw, G.N. (2012) .*Principles of Macroeconomics*. Mason: CENGAGE Learning Custom Publishing.**Empfohlene Literatur**Farmer, R. (2001). *Macroeconomic*s. Cincinatti: South-Western.Gartner, M. (2013). *Macroeconomics.* New Jersey: Pearson Education. |
| **Name der Lehrkraft: Bettina MARTUS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Statistik** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 2. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel des Lehrgegenstands ist, dass die Studenten die wichtigsten Annäherungsmethoden der Verarbeitung der auf empirischen Daten beruhenden statistischen Informationen kennenlernen.**2. Kursbeschreibung:*** Grundlegende Definitionen der Statistik
* Anlegen von Datenbanken, Arten der Variablen, Typen der Messskalen
* Vertrieb und grafische Darstellung von Daten
* Diskreter Datenvertrieb, kontinuierlicher Datenvertrieb, Methoden der grafischen Darstellung
* Statistische Indikatoren bei Datenkonklusionen
* Einschätzung von zentralen Tendenzen
* Diffusionsindizes
* Probenahme
* Mathematische Grundlagen der Probenahme
* Arten der Probenahme
* Kontaktmessung zwischen zwei Variablen
* Zusammenhänge zwischen den qualitativen Variablen
* Zusammenhänge zwischen den qualitativen und quantitativen Variablen

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Datensammlung, Systematisierung von Daten, Datenverarbeitung, Datenanalyse |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Peck, R., Olsen, C. and DeVore, J.L. (2007). *Introduction to statistics and data analysis*. Boston: Wadsworth Publishing Co. **Empfohlene Literatur** Barlow, R.J. (1989). *Statistics: A guide to the use of statistical methods in the physical sciences*. Chichester: John Wiley & Sons. |
| **Name der Lehrkraft:** **Bettina MARTUS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Geschäftsorganisationen im globalen Kontext** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 3. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten werden das globale Geschäftsumfeld und dessen Einfluss auf die Geschäftsstrategie und die Geschäftstätigkeiten bewerten. Der Kurs erwartet von den Studenten, sich einen Überblick über das Makroumfeld eines selbst gewählten Landes zu verschaffen.**2. Kursbeschreibung:*** Wichtigste Unterschiede zwischen den Organisationen in den einzelnen unterschiedlichen Sektoren, Branchen und Kontexten.
* Verantwortlichkeiten und Strategien der global wirkenden Organisationen
* Wie die Leistung der nationalen Volkswirtschaft die Tätigkeit der Geschäftsorganisationen beeinflusst
* Die von den Regierungen getroffenen Maßnahmen, um die Tätigkeit der Geschäftsorganisationen zu beeinflussen
* Folgen der globalen Integration für die Geschäftsorganisationen
* Einfluss des internationalen Handels auf die inländischen Produkte und Dienstleistungen
* Einfluss der globalen Wirtschaft auf die Unternehmungen
* Wie haben die IKT-Technologien die Globalisierung gefördert

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten werden befähigt sein, das globale Umfeld, in dem die Unternehmungen gegenwärtig tätig sind, zu prüfen, sowie Strategien zu entwickeln, um nach Lösungen für die Probleme des gewählten Landes zu suchen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Sawyer M., (2004). *The UK Economy: A Manual of Applied Economics*. 16th edition. OUP.Mankiw, G., (2011). *Principles of Economics 6e Cengage*.(Also Middle East Edition available from January 2012)**Empfohlene Literatur** Morrison J., (2006). *International Business Environment: Global and Local Marketplaces in a Changing World*, Palgrave Macmillan. |
| **Name der Lehrkraft: Bernadett DÉKÁNY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Marketing** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 3. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Verständnis und Anwendung der grundlegenden Theorien und der Praxis des Marketing durch seriöse Fallstudien.**2. Kursbeschreibung:*** Definition des Marketing
* Beitrag des Marketing zur Erreichung der Geschäftsziele
* Analyse der das Marketing beeinflussenden externen Einflussfaktoren
* Die Rolle des Marketing in einem Nonprofit-Geschäft
* Elemente des Marketingprozesses und des Marketing-Mixes
* Methoden und Vorteile der Marktaufteilung
* Methoden der Marktforschung
* Wie die gegenwärtigen Technologien die Marketing-Tätigkeit beeinflussen
* Anwendung des Marketing-Mixes im Fall einer bestimmten Unternehmung
* Distribution, Positionierung und Preisbildung
* Promoting-Strategie
* Erstellung einer Marketing-Strategie für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung: Strategische Ziele und Zielsetzungen, Zielmärkte zur Marketing-Tätigkeit, mit entsprechender Begründung
* Faktoren des Makro- und Mikroumfelds, welche die Marketingplanung beeinflussen
* Marketing-Mix für das Produkt oder die D

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten erkennen und verstehen die wichtigen Aspekte des Marketing, als einen mit der Unternehmung verbundenen Lehrgegenstand. Die Studenten werden das Vorhandensein ihrer Kenntnisse nachweisen, indem sie im Fall der ausgewählten Organisationen und Produkte die entsprechende Marketing-Theorie anwenden werden. Dazu gehört die Ausarbeitung eines realen Marketingplans bezüglich eines bestimmten Produktes oder einer Dienstleistung.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Kotler, P. and Dubois, B. (1994). *Marketing management*. Paris: Publi-Union.**Empfohlene Literatur** Burk W. (2010) *Essential Guide to Marketing Planning.* New Jersey: Pearson.Hall, R. (2009) *Brilliant Marketing.* New Jersey: Pearson.McDonald, M. H.B. (2011) *Marketing Plans: How to prepare them, how to use them.* Chichester: Wiley. |
| **Name der Lehrkraft: Tímea TARNAI** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Geschäftsumfeld** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 3. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten sollen die Elemente und Wirkungen des Geschäftsumfelds im weiteren Sinne kennenlernen, einschließlich der dazu gehörenden Verantwortlichkeiten und Strategien.**2. Kursbeschreibung:*** Organisationen mit unterschiedlichen Zielen
* Ziele der unterschiedlichen Stakeholders
* Verantwortlichkeiten einer Organisation und die in deren Interesse angewendeten Strategien
* Merkmale der nationalen Umgebung, in der die Unternehmungen tätig sind
* Wie die Wirtschaftssysteme die Ressourcen effizient gruppieren wollen
* Einfluss der fiskalischen und monetären Politik auf die Geschäftsorganisationen und ihre Tätigkeit
* Einfluss der wettbewerbspolitischen und sonstigen regulatorischen Mechanismen auf die Tätigkeit einer ausgewählten Organisation
* Verhalten der Organisationen in ihrem Marktumfeld
* Wie die Marktstrukturen die Preisbildung und Output-Entscheidungen der Unternehmungen bestimmen
* Marktkräfte, welche die Antworten der Organisationen gestalten
* Die das Unternehmensverhalten gestaltenden geschäftlichen und kulturellen Umgebungen.
* Bedeutung der globalen Faktoren, internationaler Handel, internationale Organisationen und Politiken, durch die nationale Geschäftstätigkeiten gestaltet werden.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten erlernen, wie die Geschäftsumfelder mit Stakeholders wie Regierung, Wettbewerber, Konsumenten und Zulieferer in Synergie tätig sind, und welchen Einfluss die globalen Faktoren darauf ausüben. Die Studenten prüfen ebenfalls, wie die verschiedenen Marktstrukturen die Preisgestaltung, das Geschäftsgebaren und die geschäftlichen Entscheidungen beeinflussen.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Worthington, I. and Britton, C. (2003). *The Business Environment.* Prentice Hall.**Empfohlene Literatur** Capon, C.,(2009) *Understanding the Business Environment* 3rd Edition, Prentice Hall.Morrison J., (2006) *International Business Environment: Global and Local Marketplaces in a Changing World*, Palgrave Macmillan.Mullins, L. J.,(2010) *Management and Organisational Behaviour*. Prentice Hall.  |
| **Name der Lehrkraft:** **Tímea TARNAI** |
| **Name der Lehreinheit: Finanzen für Manager** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 4. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten eignen sich die grundlegenden Themen des Finanzwesens an. Sie lernen die Rolle des Geldes, sowie die Finanzsysteme kennen. Der Lehrstoff beinhaltet die Finanzen des Bankensystems und der Regierung, die fiskalische und monetäre Politik. Der Themenbereich internationales Finanzwesen wird ebenfalls behandelt.**2. Kursbeschreibung:*** Das Finanzsystem. Finanzen der Regierung. Internationales Finanzwesen
* Das Schaffen von Geld. Methoden der Geldherstellung. Kontakte zwischen den Theorien der monetären Politiken.
* Das Bankensystem. Die ungarischen Bankgesetze. Regulierung von Kreditinstituten Die Rolle der Staatlichen Aufsicht für Finanzorganisationen (PSZÁF).
* Bankliche Tätigkeiten. Funktionsprinzipien der Finanzmärkte, Tätigkeiten und rechtliche Regelung der Börse.
* Internationales Finanzsystem. Rechtliche Regulierung und voraussichtliche Elemente der Kreditinstitute und der öffentlichen Haushalte der Europäischen Union.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten eignen sich die grundlegenden Themen des internationalen Finanzwesens an. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Sharma, N. K., Dr. (2009). *Text book of Banking and Finance.* Jaipur: Sunrise Publishers.**Empfohlene Literatur** Brealey, R. A. et al. (2007). *Principles of Corporate Finance*. New York: The McGraw-Hill Companies.  |
| **Name der Lehrkraft:** **György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Rechnungsführung**  | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 4. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Der Lehrgegenstand Rechnungsführung bereitet die Studenten zum Erwerb von Kenntnissen durch die Wirtschaftstätigkeit der Unternehmen, sowie die Erstellung von Berichten vor. Die Studenten werden die grundlegende Methodologie der Erstellung von Bilanzen und Ergebnisdarstellungen erlernen. **2. Kursbeschreibung:*** Übersicht der Kurserwartungen. Platz und Aufgabe der Rechnungsführung in der Wirtschaft. Internationale Praxis und Regelung der Rechnungsführung. Entwicklung und Regelung der Rechnungsführung in Ungarn.
* Konzept des Rechnungsführungsmittels. Bilanz und Ergebnisdarstellung. Bewertungsverfahren. Inhalt der Bilanzposten. Präsentation der Bilanz und der Ergebnisdarstellung eines Unternehmens durch eine Fallstudie.
* Inhalt des Rechnungsführungsgesetzes. Rechnungsführungsoperationen im Informationssystem. Die Rolle der Elemente des Jahresberichts. Auditierung Bekanntmachungen. Schlange stehende Rechnungen Rechnungsspiegel, Erfüllung der Vorschriften für das Dokumentieren. Inventur.
* Inhalt der Wirtschaftsereignisse. Wirtschaftliche Tätigkeiten und ihre Gruppierung. Die Rolle und das System des Hauptbuchkontos. Kern und Arten der Rechnungsführung.
* Doppelte Buchhaltung in der Praxis. Grundlegende Tätigkeiten des Bilanzwesens. Präsentation der Ergebnisdarstellung. Inhalt der Ergebnisdarstellung. Gewinn. Ausgaben. Lösung von Fallstudien
* Eröffnung des Hauptbuchauszugs aus der Bilanz, Buchhaltungsposten nach den Hauptbuchkontoklassen 1-4, Abschluss und Verrechnungsabschlüsse. Lösung von Fallstudien
* Buchhaltungsposten nach den Hauptbuchkontoklassen 5-9. Erstellung von Ergebnisdarstellungen. Ergebnisfeststellung. Beziehungen zwischen Bilanz und Ergebnisdarstellung. Prüfungsübersicht.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Der Kurs ist lebenswichtig, damit die Studenten den Anforderungen nachkommen und Kenntnisse über Inhalt und Vorbereitungsprozess des Jahresberichts erwerben können.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Parminder, J., Vickerstaff, B. and Johal, P. (2012). *Financial accounting*. London: Hodder Education.**Empfohlene Literatur** Brealey, R. A. et al. (2007). *Principles of Corporate Finance*. New York: The McGraw-Hill Companies.  |
| **Name der Lehrkraft:** **György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Informatik** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 5  |
| Bewertungsmethode: Praxisnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 1. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Unterrichtsziel des Lehrgegenstands ist die Aneignung einer informatikorientierten Denkweise durch die Studenten. Darüber hinaus eignen sich die Studenten den entsprechenden Umgang mit den Informationsherausforderungen des alltäglichen Lebens an.**2. Kursbeschreibung:*** Formeln und Abbildungen Methoden der Eingabe Gemeinsame Nummern Umwandlung von Formeln und Abbildungen in Werte. Fehlermeldung, Fehleranalyse
* Sonstige Tätigkeiten: Tabellen, Bezeichnungen von Zellen, Datenregelung, Suche und Ersetzen, Tätigkeit mit Diagrammen.
* Modellobjekte und Bilder. Textboxe und Symbole.
* Diagramme und Charts. Erstellung von Diagrammen und Charts. Diagramme und Charts. Änderung von Diagrammen: Verlegung, Umdimensionierung, Datenformatierung, Änderung der Diagrammarten, Änderung der Datenquellen.
* Umgang mit PowerPoint Transaktionen mit Aktien Einfügen von Dias. Textgestaltung: Änderung der Schrifttypen und der Eigenschaften der Absätze. Einfügen und Editieren von Diagrammen und Textboxen.
* Grafische Elemente: Einfügen von Bildern in Dias, ClipArt, Linie, Formen Diagramme. Videos, Audiodateien und Musik. Einstellung der Optionen der Diaprojektion. Printing von Dias.
* Datenübertragung zwischen den Programmen Word, Excel, PowerPoint.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Computerbenutzung, grundlegende IT-Kenntnisse, Diagramme, grundlegend Webdesign-Kenntnisse. |
|  |
| **Pflichtliteratur**Downloadable ECDL course books**Empfohlene Literatur** Fothergill, S. (2008). *Business is from Mars, IT is from Venus: Understanding IT Governance and Security*. J Wiley and Sons.McKenzie, J. and van Winkelen, C. (2003). *Understanding the Knowledgeable Organisation: Nurturing Knowledge Competence*. Thomson Learning. |
| **Name der Lehrkraft: György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Kommunikationsfähigkeiten** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 4  |
| Bewertungsmethode: Praxisnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 1. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Den Studenten sollen die praktische Anwendung und die theoretischen Kenntnisse der fachlichen Kommunikation beigebracht werden.**2. Kursbeschreibung:*** Es soll die interne Kommunikation innerhalb der Organisationen verstanden werden.
* Es soll verstanden werden, wie die Organisationen mit ihren Kunden kommunizieren
* Es sollen jene Faktoren verstanden werden, die die Effizienz der Kommunikation beeinflussen
* Fähigkeit zur effizienten Mitteilung von mündlichen Informationen
* Fähigkeit zur effizienten schriftlichen Kommunikation

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Aneignung und Anwendung von Zielen, Mitteln und typischen Eigenschaften der geschäftlichen Kommunikation. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Amos, J. (2002). *Making Meetings Work.* How to Books.**Empfohlene Literatur** Brake, D. (2003). *Dealing with E-mail*, Dorling Kindersley.Brounstein, M. (2001). *Communicating Effectively for Dummies*, John Wiley & Sons Inc.Heller, R. (1998). *Communicating Clearly*, Dorling Kindersley.Hindle, T. & Heller, R. (1998). *Managing Meetings*, Dorling Kindersley.Hindle, T. (1998). Making Presentations, Dorling Kindersley.Khan-Panni, P. (2001). *2-4-6-8 How do you Communicate?*, How to Books.McConnon, S. (2002). *Presenting with Power.* How to Books. |
| **Name der Lehrkraft:** **György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Umgang mit Kommunikation** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 4  |
| Bewertungsmethode: Praxisnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 1. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten werden über die Annäherungsweisen der Marketing-Kommunikation, die Werbemedien, die Werbemittel und deren Anwendung und Benutzung lernen.**2. Kursbeschreibung:*** Marketing-Mix. Interpretierung der 4P
* Elemente der 4P
* Einige Aspekte der Kommunikationstheorie
* Das Verhältnis zwischen der Kommunikationstheorie und der Marketingtheorie
* Definition der Marketingkommunikation
* Definition der Marktmanipulation und ihre Beziehung zu den Elementen der Marketingkommunikation
* Elemente der Marketingkommunikation und ihre Anwendung in der Praxis
* Image, Imagemessung und Imageschaffung
* Beziehungen zwischen PR und Marketing in der Unternehmenspraxis
* Analyse von Werbekampagnen
* Ausarbeitung von Aktionen zum Kaufanreiz
* Sponsoring
* Strategie für Brand und Trademark in der Praxis
* Benutzung von POS und POP
* Mittel der Marketingkommunikation
* Die Botschaft
* Kontakt mit dem Lieferanten
* Verschiedene Gruppierungen der Mittel (Wichtigkeit dieser Mittel)

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten lernen die neuesten Marketingtechniken kennen, und werden fähig, diese in der Praxis zu benutzen.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Mutch, A. (2008). *Managing Information and Knowledge in Organisations*. London: Routledge.**Empfohlene Literatur** McDonald, Malcom H.B. (2011), *Marketing Plans: How to prepare them, how to use them (7th ed).* Chichester: Wiley. |
| **Name der Lehrkraft:** **György KISS** |
|  |
| **Name der Lehreinheit: Präsentation** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 4  |
| **Bewertungsmethode**: Praxisnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 2. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten erlernen, wie sie eine Präsentation erstellen und wie sie die mit den Situationen im Zusammenhang mit der Präsentation umgehen können. Sie werden fähig sein, die entsprechenden Inhalte und Formen auswählen zu können, sowie die Ansprüche des Publikums zu berücksichtigen. Ihre Kenntnisse bezüglich der eigenen Präsentationsfähigkeiten werden sich entwickeln, die häufigsten technischen Möglichkeiten werden vorgestellt.**2. Kursbeschreibung:*** Theoretische Grundlagen der Kommunikation durch Präsentation
* Grundlagen der zwischenpersönlichen Kommunikation, Protokoll, Kleidung, Stil
* Strukturen der Präsentationen, die Rolle der Farben und der Symbole in der Präsentation
* Arten der Präsentation - persönliche, Audio- und Videomaterialien, individuelle und Organisationspräsentationen, Produktpräsentationen
* Vorbereitung zur Präsentation: was, warum, wem, wann und womit wird kommuniziert
* Vorbereitung des Präsentationsplans
* Analyse der Umgebung und des Publikums: Lebensalter, Geschlecht, Position in der Entscheidungsfindung. Motivation in der Entscheidungsfindung
* Software zum Hintergrund der Präsentationsvorbereitung
* Mittel der Aufmerksamkeitsbewahrung, Umgang mit Konflikten während der Präsentation
* Vorstellung, Herstellung des Augenkontakts und der Zusammenarbeit, Erwerb des Vertrauens
* Manipulierung von Kapazität und Stimmung: Benutzung der Präsentationstechniken und -mittel, Vorbereitung der Atmosphäre
* Grundlegende Gesetze der vor dem Publikum vorgetragenen Reden
* Benutzung von technischen Mitteln, Aspekte der Auswahl der Mittel

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Grundlegende Kenntnisse der Techniken der Redehaltung und der Rhetorik Benutzung von Softwares zur Vorbereitung der Präsentation Grundlegende Kenntnisse der Präsentationstechniken Haltung von Präsentationen in der Praxis  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Tufte, E.R. (2001). *The visual display of quantitative information*. Cheshire: Graphics Press USA.**Empfohlene Literatur** Jerry Weissman (2003). *Presenting to win.* Financial Times Prentice Hall. |
| **Name der Lehrkraft:** **Tímea TARNAI** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Forschungsprojekt** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 2 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 2. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Sich anzueignen, wie in einem ausgewählten Bereich umfangreiche Forschungen mit entsprechenden Methoden durchzuführen sind. Die Studenten erhalten Hilfeleistung bei der Themenwahl und der Methodologie. **2. Kursbeschreibung:*** Definierung und Validierung von entsprechenden Bereichen zur Forschung
* Entsprechende Forschungsannäherungen, Fragen / Hypothesen zum ausgewählten Forschungsbereich
* Relevante Forschung
* Forschungsvorschläge zum ausgewählten Forschungsbereich
* Forschungsmethoden
* Ethische Fragen zur Forschung
* Analyse der Forschungsergebnisse und gültige Schlussfolgerungen
* Bewertung der Forschung, Vorstellung der Ergebnisse und Rückschlüsse
* Bewertung der Forschungsmethoden, Techniken und Ergebnisse

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Fähigkeit zur Schaffung von Forschungsvorschlägen und Prozessen, Umsetzung der gültigen Forschungspläne. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Davies, M. B., (2007). *Doing a Successful Research Project: Using Qualitative or Quantitative Methods*. Palgrave Macmillan.**Empfohlene Literatur** Polonsky, M. J., and Waller, D. S., (2010). *Designing and Managing a Research Project: A Business Student's Guide.* 2nd ed. Sage Publications Inc. Saunders, M. N. K., Thornhill, A., and Lewis, P., (2012). *Research Methods for Business Students*. 6th ed. Financial Times Prentice Hall.Silverman D. (2010). *Doing Qualitative Research*. 3rd ed. Sage. |
| **Name der Lehrkraft:** **Bernadett DÉKÁNY** |

**Sozialwissenschaften**

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Umgang mit Menschen** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0 |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 1. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Aneignung einer Deutung der Organisationen, wonach sie eigentlich Teams sind, und Erlernen und Anwenden der Human Ressources Management Strategien und Teamentwicklungen.**2. Kursbeschreibung:*** Organisationstrukturen und ihr Einfluss auf die Menschen in den Organisationen
* Annäherungen, mit denen die individuellen, auf die Arbeitsleistung auswirkenden Unterschiede behandelt werden können.
* Managementstils, die notwendig sind, die Unterschiede im Verhalten behandeln zu können
* Organisationsfaktoren, die die menschliche Leistung beeinflussen
* Einfluss der verschiedenen Führungsstile auf Individuen und Teams
* Vorteile der flexiblen Arbeitspraxis auf Individuen und Organisationen
* Motivationstheorien
* Einfluss des Arbeitsumfelds auf die Leistung der Menschen
* Einfluss der ethischen Praxis der Organisationen auf die Motivationsebenen
* Soziale Verantwortungsübernahme der Unternehmen, als Motivation
* Entwicklungsmethoden von Human Ressources
* Motivationstheorien und ihre Anwendung
* Coaching und Mentoring
* Vorteile der Trainings und Entwicklungen für Individuen und Organisationen
* Fähigkeit zur Feststellung, wie Menschen sind
* Strategien der Behandlung von Menschen und deren Einfluss
* Strategien, die hochqualitative Leistungen fördern

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten eignen sich das Wissen an, was die Individuen und Teams motiviert und benutzen dies, um die Benutzung der Strategien des Umgangs mit Menschen zu prüfen. Die Studenten lernen die Führungskrafttheorien, die Motivationstheorien, den Einfluss der am Arbeitsplatz verwendeten Strukturen, Kulturen und Mittel zur Stärkung und Motivierung von Menschen kennen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Torrington D., Hall L. and Taylor S. (2002). *Human Resource Management*. 5th edition. Prentice Hall.**Empfohlene Literatur**Adair, J., (1988). *Effective Leadership*. Pan Books.Biddle, D. and Evenden, R. (1989). *Human Aspects of Management*. 2nd edition. Chartered Institute of Personnel and Development.Glass, N. (1999). *Management Masterclass: A Practical guide to the New Realities of Business*. Nicholas Brealey Publishing.Huczynski, A. and Buchanan, D. (2003). *Organisational Behaviour An Introductory Text*. Pearson Higher Education.Maund, L. (2001). *An Introduction to Human Resource Management:* Theorie und Praxis Palgrave Macmillan.Price, A. (2004). *Human Resource Management in a Business Context*. 2nd edition. Thomson Learning. |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Recht** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0 |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 1. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Den Studenten die Grundbegriffe und die Entstehung des Rechts beizubringen, welche die Basis des die wirtschaftlichen Bereiche betreffenden Rechts bedeuten. **2. Kursbeschreibung:*** Definition des Rechts Rechtssystem Gesetzgebung, Rechtsstandards Rechtliche Verhältnisse Grundgesetz
* Verwaltungsrecht Strafrecht
* Zivilrecht, das System des Zivilrechts, Rechte von Personen, sachliches Recht, Vertragsrecht, Erbrecht
* Arbeitsrecht Ziviles Verfahrensrecht

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten erwerben durch das Verständnis der Tätigkeiten und Funktionen des Staates Kenntnisse über die Prozesse der Gesetzgebung und der Rechtsanwendung.Entwickelte Kompetenzbereiche: Interesse der Studenten am Recht, ihre juristische Betrachtungsweise - die von den Stunden gefördert wird - sowie das Studium der Pflichtliteratur und der empfohlenen Literatur, das Verständnis der notwendigen grundlegenden Rechtsbestimmungen. Aneignung der Grundlagen des normgerechten Verhaltens.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Bingham, T. (2011). *The Rule of Law*. Independent.McBride J. N. (2006). *Letters to a Law Student: A Guide to Studying Law at University*.Williams, G., Smith, A. T. H. (2010). *Learning the Law*. Fourteenth edition. Sweet & Maxwell.**Empfohlene Literatur** Pirie, M. (2015). *How to Win Every Argument: The Use and Abuse of Logic.* Bloomsbury*.* |
| **Name der Lehrkraft: István KOVÁCS B.** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Geschäftsrecht** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 2. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen: Law** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Den Studenten das Geschäftsrecht, die Grundlagen des Unternehmensrechts und die Regelungen für andere Akteure des Wirtschaftslebens beizubringen.**2. Kursbeschreibung:*** Grundsätze des Geschäftsrechts Regelung des Unternehmensrechts in Ungarn von 1988 bis heute. Wichtigste Charakteristika der unterschiedlichen Gesellschaftsformen und ihre Gruppierung. Das Entstehen der Mittel von Wirtschaftsgesellschaften. Firmengericht und Firmeneintrag. Das Firmenregister.
* Allgemeine Regeln: Organe und Organisation der Wirtschaftsgesellschaften (Hauptorgan, führende Amtsträger, Aufsichtsrat, Auditkomission). Vertretung und Firmeneintrag. Haftung der Gesellschafter.
* Allgemeine Vereinigungen und beschränkte Vereinigungen. Gesellschaft mit beschränkter Haftung
* Öffentliche Aktiengesellschaft Liquidierung von Unternehmen
* Konkurs, Liquidationsverfahren, Erlöschen
* Einzelunternehmungen. Wertpapiermarkt. Grundlagen des Wettbewerbrechts

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Erwerb des die Personen des geschäftlichen Lebens betreffenden praktischen Wissens - unter besonderer Beachtung der Gründung und Liquidation von Wirtschaftsgesellschaften, sowie der Geltendmachung von Forderungen.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Parmiter, A. R. (2015). *Examples and Explanations: Corporations*. Eighth edition. Wolters Kluwer.Emanuel, S. L. (2013). *Corporations and Other Business Entities*. Seventh edition. Wolters Kluwer.Emanuel, S. L. (2012). *Law in a Flash: Contracts*. Wolters Kluwer.**Empfohlene Literatur** Reuting, J. (2014). *Limited Liability Companies for Dummies*. Third edition.Fox, C. M. (2008). *Working with Contracts: What Law School Doesn’t Teach You*. Second edition. Practising Law Institute. |
| **Name der Lehrkraft: István KOVÁCS B.** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Human Ressources Management** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 3. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten erwerben Kenntnisse über das System des Managements von Human Ressources, seine strategische Rolle in der Wirtschaft, sowie über seine Verbindung mit anderen Disziplinen der Unterrichtsstruktur.**2. Kursbeschreibung:*** Geschichte des Managements von Human Ressources, seine Verbindungen und seine strategische Rolle im Leben der Wirtschaftsunternehmen. Juristisches Umfeld.
* Strategische Rollen des Management von Human Ressources.
* Analyse und Bewertung der Positionierung, Motivationsmanagement.
* Anwerbung, Auswahl, Leistungsmanagement, Karrieremanagement.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:*** Strategische Denkweise
* Kosteneffizientes Management
* Kontrollorientierte Sichtweise
 |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**University of Minnesota Libraries Publishing. (2016). *Human Resource Management*.Reucroft, G. , Scott, T. *Human Resources: A Practical Guide*.**Empfohlene Literatur** Senyucel, Z. *Managing the Human Resource in the 21st century.* |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Kulturelle Anthropologie** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 3. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Kulturelle Anthropologie handelt von der Leistung und dem Verhalten des Menschen - Gewohnheiten, Texte, Bilder - und der Erforschung der Kultur. Die Physikalische und Biologische Anthropologie prüft die grundlegenden körperlichen Merkmale des Menschen, die Kulturelle Anthropologie die sozialen Beziehungen zwischen Verhaltensweisen und Bräuchen, sowie zwischen den menschlichen Wesen. Sie entstand ursprünglich zwecks Erforschung von Stammeskulturen, heute beschäftigt sich die Anthropologie vielmehr mit den sozialen Unterschieden in den Städten, den Ritualen diverser Gruppen, der Natur politischer und wirtschaftlicher Tätigkeiten und deren Determinanten, sowie der Beschreibung der angeführten Bereiche.**2. Kursbeschreibung:**Der Kurs verfügt infolge seiner Verbindungen mit der Soziologie und der Ethnografie über eine interdisziplinäre Qualität. Neben dem theoretischen Wissen ermöglicht der Kurs individuelle und im Team durchgeführte Forschungen, Feldarbeit, sowie die Erstellung von Studien als Teil des praktischen Studiums. Die Praxislager ermöglichen die Ausprobierung der Forschungsmethoden in der Praxis: die Studenten erlernen, wie teilnehmende Observationen durchzuführen sind, wie anthropologische Interviews und Forschungen mit Fokusgruppen gemacht und die Daten analysiert werden müssen - mit anderen Worten: wie die Welt mit den Augen eines Anthropologen zu betrachten ist.Die Kulturelle Anthropologie handelt von der Forschung der Kultur, der Bräuche, Texte und Bilder - über alle menschlichen Tätigkeiten und Verhalten. Sie werden von der Anthropologie dekodiert und übersetzt. Die Physikalische und Biologische Anthropologie prüft die grundlegenden körperlichen Merkmale des Menschen, die Kulturelle Anthropologie die sozialen Beziehungen zwischen Verhaltensweisen und Bräuchen, sowie zwischen den menschlichen Wesen. Sie entstand ursprünglich zwecks Erforschung von Stammeskulturen, heute beschäftigt sich die Anthropologie vielmehr mit den sozialen Unterschieden in den Städten, den Ritualen diverser Gruppen, der Natur politischer und wirtschaftlicher Tätigkeiten und deren Determinanten, sowie der Beschreibung der angeführten Bereiche.**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Absolventen des Kurses eignen sich solche verschiedene Kompetenzen an, die ihnen bei fachlich-sozialen Situationen behilflich sind.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Frazer, J. G. (1980). *The Golden Bough*. **Empfohlene Literatur** Harris, M. (1991). *Cannibals and Kings: Origins of Cultures*.R. Reiter, R. R. (1975). T*oward an Anthropology of Women*.New York: Monthly Review. |
| **Name der Lehrkraft: Annamária NAGY** |
|  |

**Spezialisierte Trainingskurse**

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Menschen in den Organisationen** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 4. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel der Lehreinheit ist, Kenntnisse über die Aspekte der Organisationen zu bieten, die mit Menschen in Verbindung stehen, oder sie unterstützen. Dazu gehören die Kommunikation in der Praxis, die Teamarbeit, die Fernarbeit und sonstige Organisationsstrukturen. Durch die Benutzung des angeeigneten Wissens werden die Studenten fähig, die Einflüsse der Praxis am Arbeitsplatz auf die Menschen zu überprüfen. **2. Kursbeschreibung:*** Kommunikationsprotokolle
* Teambesprechungen
* Führungsstile
* Flexible / Fernarbeit
* Unterstützung durch die HR-Abteilung
* Karrieremöglichkeiten
* Coaching/ Betreuerkultur
* Kultur der Angst

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Verständnis der Kommunikationspraxen innerhalb der Organisationen Verständnis der Prinzipien der effizienten Teamarbeit Verständnis der mit der Planarbeit zusammenhängenden Fragen Verständnis der innerhalb der Arbeitsplätze zwecks Hilfeleistung und Unterstützung geschaffenen Strukturen Fähigkeit zur Überprüfung der Einflüsse der Praxen am Arbeitsplatz auf die Menschen |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Biddle, D. and Evenden, R. (1989). *Human Aspects of Management.* Chartered Institute of Personnel and Development.**Empfohlene Literatur** Huczynski, A. and Buchanan, D. (2003). *Organisational Behaviour An Introductory Text.* Pearson Higher Education.Maund, L. (2001). *An Introduction to Human Resource Management: Theory and Practice.* Palgrave Macmillan.Price, A. (2004). *Human Resource Management in a Business Context 2nd Edition.* Thomson Learning.Torrington D., Hall L. and Taylor S. (2002). *Human Resource Management 5th Edition.* Prentice Hall. |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Führung und Management** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 4. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel des Lehrgegenstands ist, den Studenten die Grundbegriffe von Führung und Management, sowie deren moderne Methoden beizubringen. Die Studenten eignen sich die Grunddefinitionen der Führung an: Kommunikation, Interesse, Entscheidung, Macht. Die wichtigsten behandelten Themen: Führungsmacht, Kommunikationsmacht, Informationsentwicklung, Kleidung von Organisationen, Management innerhalb und außerhalb der Organisation. Wir werden die Umstände des Erfolgs der Führungstheorien prüfen. Die Studenten werden Kenntnisse über die Führungsrollen und die Führungsebenen, sowie Unternehmenstypen diverser Art erwerben, und erlernen, wie innerhalb der Organisation zu denken ist. Sie werden Kenntnisse über den Hintergrund der Funktionen Beeinflussung, Managing und Kontrolle, sowie die Rollen und Effizienz der Motivationssysteme erwerben.**2. Kursbeschreibung:*** Platz und Rolle des Managers in der Organisation
* Merkmale und Ressourcen des Managements
* Lebenszyklus und Funktionen der Organisationen, die Rolle der Organisationsentwicklung
* Die Organisation und ihr Umfeld
* Problemlösung, Entscheidungsfindung Arten der Entscheidung Theorien der kollektiven Entscheidungsfindung
* Diverse Einstellungen zur Entscheidungsfindung, Vorteile und Nachteile der Methoden
* Tätigkeitssystem des Managements Kompetenz und Verantwortung
* Tätigkeitssystem des Managements und seine Funktionen
* Umgang mit Menschen, Motivation, Kommunikation, Kontrolle
* Strategisches Management und Planung

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten werden über die wichtigsten Fragen des Managements und der Organisation, ihrer historischen Entwicklung, die wichtigsten Mittel der erfolgreichen Managementtätigkeiten lernen. Nach dem Absolvieren des Lehrgegenstandes werden die Studenten fähig sein, dank den erworbenen modernen Führungs- und Managementwissen ihre eigenen Karrierepläne fördern. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Latham, G. P. (2006). *Work motivation: History, Theory, Research and Practice*. Sage Publications.Levi, D. J. (2010). *Group Dynamics for teams*. Sage Publications.Northouse, Dr. P. J. (2009). *Leadership: Theory and Practice*. Sage Publications.**Empfohlene Literatur** Goleman, D. (2011). *Leadership:* *The Power of Emotional Intelligence*. More Than Sound.Catmull, E. and Wallace, A, (2014). *Creativity, Inc.: Overcoming the Unseen Forces that Stand in the Way of True Inspiration*. Random House. |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Public Relations (PR)** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 4. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Der Lehrgegenstand wird die Kommunikationsstrategien der profitorientierten und der Nonprofit-Organisationen analysieren und den Studenten die Mittel und die Praxis des Kontaktmanagements vermitteln.**2. Kursbeschreibung:*** Öffentlichkeitspolitik der Organisationen
* Definition und Entwicklung der PR, ihr Platz in den Organisationsstrukturen
* Interaktive Beziehung zwischen der Organisation und ihrem Umfeld, Theorien der Umfeldanalysen (RACE, SMART)
* Funktionale Bereiche und Synergien der Kommunikation der Organisation
* Zielsystem von Public Relations
* Publikum der PR, Definierung der Zielgruppen, Methodologie der Segmentierung
* Image und Unternehmensidentität
* Interne PR, Zielgruppen, Mittel und Kanäle der internen Kommunikation, Organisationskultur, Motivation und Identifikation
* Mittel der PR-Tätigkeiten: komplexe PR-Tätigkeiten: Sponsoring, Lobbytätigkeit, spezielle Ereignisse, Kommunikationskampagnen
* Mediatisierte Organisationskommunikation
* Kommunikationsdienstleistungen: Agenturen, Produktionsbüros, PR-Agenturen
* Methodologische Fragen und PR-Planung in der Praxis
* Planung der Strategie-, Taktik- und Aktionsprogramme
* Kampagnenmodelle
* Methodologie der Forschung (Marketing, öffentliche Meinung, Medienforschung)

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten werden über praktische Prozesse der PR, Theorie, Technik und Methodologie der Planung lernen. Sie werden fähig sein, mithilfe von modernen professionellen Techniken Programme auf professionellem Niveau zu erstellen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Kotler, P. and Keller, K. L. (2002). *Marketing Management*, 14th edition. Pearson.Olins, W. (2008). *The Brand Handbook*. Thames & Hudson.**Empfohlene Literatur** Randall, G. (2001). *Principles of Marketing (Principles of Management)*. Cengage Learning EMEA. Gardner, B. and Fishel, C. (2010). *LogoLounge Master Library, Volume 1: 3000 Initial & Crest Logos*. Rockport Publishers.  |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Marketing Management** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 5. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten werden im Rahmen des Kurses über die Besonderheiten des Marketing auf ausländischen Märkten lernen. Ferner auch über die Merkmale des europäischen Umfelds. Die das Umfeld und den Marketingprozess beeinflussenden Faktoren werden in der Tiefe analysiert. **2. Kursbeschreibung:**Während des Kurses können die Studenten folgende Themenbereiche kennenlernen:* Das Marketingumfeld
* Kaufverhalten von Individuen und Organisationen
* Rolle der Produktpolitik und des Branding
* Merkmale der europäischen Marketingpolitik
* Produktpolitik des einheitlich europäischen Marktes
* Preis- Salespolitik
* Großhandel und Einzelhandel
* Die Rolle der Werbung, ethische Werbung
* Internationale und Europäische Marketingerhebung
* Die Rolle der PR und der Propaganda in den verschiedenen Kulturen
* Das „Europrodukt‘ und die nationalen Besonderheiten
* Fallstudien

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Am des Kurses werden die Studenten fähig sein, Marketinganwendungen durchzuführen und diese auch in der Praxis zu benutzen.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Kotler, P. and Keller, K.L. (2015) Marketing management. 15th ed. Harlow, United Kingdom: Pearson Education.**Empfohlene Literatur** Saunders, J.A., Hooley, G.J., Piercy, N.F., Nicoulaud, B. and Nicolaud, B. (2008) Marketing strategy and competitive positioning (4th edition). 4th edn. Harlow, England: Financial Times Prentice Hall. |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Persönliche Führung und Managemententwicklung** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 6. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel der Lehreinheit ist, die Studenten zu befähigen, ihre eigenen Führungs- und Managerkenntnisse zu entwickeln, um damit die Erreichung der eigenen Ziele und diejenigen ihrer Organisation zu unterstützen.**2. Kursbeschreibung:*** Ziele der Organisation
* Eigenschaften, Fähigkeiten, Kompetenzen und Kenntnisse von Führungskräften
* Die mit der effizienten Führung verbundenen zumutbaren Verhaltensweisen und Attitüden
* Coaching, Betreuung, Networking, berufliche Organisationen und fachliche Anerkennung
* Formales Training, Lernmöglichkeiten, offizielle Qualifikationen, reflektives Lernen
* Erwerb von Modellen, Techniken und Rückmeldungen, Bewertung, Verwendung von Rückmeldungen
* Planmäßige Tätigkeiten, Fristen, Inhalt von Zielen und Zielsetzungen, Beschreibung der Ziele

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Fähigkeit zur Analyse der persönlichen Führungs- und Managerfähigkeiten, um die Erreichung der Ziele der Organisation zu unterstützen. Fähigkeit zur Analyse der persönlichen Führungs- und Managerfähigkeiten, um die Erreichung der Ziele der Organisation zu unterstützen. Fähigkeit zur Einschätzung der Effizienz von persönlichen Entwicklungsplänen, zur Entwicklung der persönlichen Führungs- und Managerfähigkeiten  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Leadership and management development, Gold, Jeff; Thorpe, Richard; Mumford, Alan, London; Chartered Institute of Personnel and Development, 2010, **Empfohlene Literatur** Develop your leadership skills, Adair, John, London; Kogan Page, 2008 |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Marketingkommunikation** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 5. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studentene eignen sich tiefe und praktische Kenntnisse über die Methoden der Marketingkommunikation, der Werbemedien, Werbemittel und deren praktische Anwendung an.**2. Kursbeschreibung:**Wiederholung der Elemente des Marketing-Mixes, Erklärung des 4P. - Vorstellung der verschiedenen Komponenten der 4P. Vorstellung einiger Annäherungen der Kommunikationstheorie. Zusammenziehung der Kommunikationstheorie und der Marketingtheorie. Klärung des Begriffs Marketingkommunikation Definition der Marktmanipulation und ihre Beziehung zu den Elementen der Marketingkommunikation. Vorstellung bestimmter Elemente der Marketingkommunikation und deren praktische Anwendung:- Image, Imagemessung und Imageplanung - Beziehung zwischen PR und Marketing in der Praxis - Analyse von Werbekampagnen - Promoting, Planung von Aktionen, Sponsoring- Marken- und Warenzeichenstrategie in der PraxisPraktische Anwendung der Elemente POS und POPInterpretierungsmittel der Marketingkommunikation- Botschafts- und Medienbeziehungen Präsentation von Gruppen im Besitz verschiedener Mittel (Klärung, warum diese Gruppen wichtig sind)Arbeit in der Agentur. Struktur der Werbe- und Medienagenturen, enge Zusammenarbeit mit den Agenturen. **3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten werden über die neuesten Marketingtechniken lernen und diese auch in der Praxis verwenden können. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Fazekas Ildikó - Harsányi Dávid: Marketingkommunikáció, Szókratész, Bp. **2003.****Empfohlene Literatur** Bernard Brochand – Jacques Lendrevie: A reklám alapkönyve, KJK-Kerszöv, 2004. |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |
|  |
| **Name der Lehreinheit: Fördersysteme der Entscheidungsfindung** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 5. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Der Unterricht des Lehrgegenstandes wurde ausgearbeitet, um das theoretische Wissen zu vermitteln, das für die Entscheidungen in der Wirtschaft notwendig ist, er stellt die im Zuge der Entscheidungsfindung benutzten wichtigeren Methoden, sowie die zusammengesetzten und dynamischen Merkmale der in realen Situationen stattfindenden wirtschaftlichen Entscheidungsfindungen vor. **2. Kursbeschreibung:**Theoretisches und methodologisches Wissen, welches für Entscheidungen in der Wirtschaft notwendig sind.Wie wichtige praktische Fragen gestellt werden sollen.Beziehungen zwischen der Wirtschaftsregierung und der Entscheidungsfindung, Prinzip der beschränkten Rationalität, normative Regeln der Entscheidungsfindung. Gruppierung von wirtschaftlichen Entscheidungen.Quantitativer Ausdruck von Risiko und Unsicherheit.Methoden der Entscheidungsfindung unter unsicheren und risikobehafteten Umständen.Individuelle Präferenzen in der Entscheidungsfindung.Methoden der Entscheidungsfindungen im Team.Methoden zur Unterstützung der Entscheidungsfindung.**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Diejenigen Studenten, die im Zuge des Trainings erhebliches Wissen erwerben,* über ein großes theoretisches Wissen bezüglich der Entscheidungsfindung verfügen und fähig sind, die Methoden der Entscheidungsfindung anzuwenden,
* lokale und internationale Kenntnisse der Fachliteratur besitzen,
* fähig sind, die Tätigkeiten des Unternehmens und die Unternehmenstrategie zu verstehen, sowie die Markterscheinungen tiefgründig zu interpretieren.
 |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Szántó, Wimmer, Zoltayné (2011) *Trapped in our decisions- Behavioural science* *approach to decision making*. Alinea Kiadó, Bp. **Empfohlene Literatur** Jonah, Lehrer (2004) *How to decide*, Houghton Mifflin Harcourt |
| **Name der Lehrkraft: György József KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Unternehmenslehre** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 5. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Studenten sollen die Prinzipien und Methoden des Managements, sowie die Nutzungsmöglichkeiten des erworbenen Wissens im praktischen Leben kennenlernen. **2. Kursbeschreibung:**Begriff des Managers und seine Rolle in der Tätigkeit des Unternehmens. Organisationsstruktur und ihre wichtigsten Faktoren. Merkmale und historische Entwicklung der Management-Funktionen. Managementrollen. (Mintzberg, H.). Begriff der Synergie.Lebenszyklen und Strategien von Organisationen.Funktionale Organisationsstruktur. Divisonale Organisation.Matrix-Organisation.Hybride Organisationen.Entwicklung der Organisationsformen.Organisationstheorien.Klassische Theorien. Auf Trends fokussierende humane Beziehungen. Annäherungen der Theorien der Entscheidungsfindung. .Kontingenztheorien (Möglichkeiten). .Organisationskultur und ihre Rolle in der Unternehmensführung. Information, Informationssysteme, Konflikte (ihre Stufen und Intensität) in der Organisation.**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten werden ihre eigenen Unternehmungen managen können. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Peter Thiel, Blake Masters (2014) *Zero to one ,*Penguin**Empfohlene Literatur** Guy Kawasaki, (2004) *The art of the start ,* Penguin |
| **Name der Lehrkraft: György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Finanzielle Entscheidungsfindung für Manager** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 5. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel der Lehreinheit ist, jene Fähigkeiten der Studenten zu entwickeln, die zur Analyse der finanziellen Informationen notwendig sind, und die sie befähigen, aufgrund der publizierten finanziellen Informationen Entscheidungen zu treffen. Wo es notwendig ist, bildet die Vermittlung von Informationen über Geschäftsstrukturen und veröffentlichte Finanzberichte, sowohl national als international, den Teil des Unterrichtsstoffes. **2. Kursbeschreibung:**EigentümerstrukturenEinzelhändler, Partnerschaften, Aktiengesellschaften, Gesellschaften mit beschränkter Haftung, Organisationen des öffentlichen Bereichs, sonstige, weniger übliche Organisationsformen: karitative Organisationen, durch Garantien beschränkte Genossenschaften, internationale Geschäftsstrukturen, finanzielle Folgen (Eigentumsanteile / Aktienstrukturen, Zurverfügungstehen der Finanzierung), Fragen der KontrolleFinanzberichte Struktur der Berichte bei den diversen Organisationen, Unterschiede zwischen den einzelnen Organisationstypen, Berichtspflichten (Vereinigtes Königreich und/oder internationale Rechtsstandards)Struktur, Formen uns sonstige Anforderungen der veröffentlichten RechnungsführungsdatenDie Rolle der Auditoren, veröffentlichte widersprüchliche interne finanzielle Informationen, wichtigere öffentliche Finanzberichte, finanzieller Lagebericht, Bericht über Finanzleistung(Einnahmebericht) Cash-Flow-Darstellung, Interpretierung: Vergleich zwischen Jahren und Unternehmen, Vergleiche innerhalb der BrancheVerhältnisse:Verschiedene Verhältnisse: Rentabilität, Zahlungsfähigkeit, Effizienz, Kapital, Investor, Benutzung von Verhältnissen: Berechnungen und Interpretationen, Benchmarking in der Branche, Grenzen der Verhältnisanalyse**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten haben sich zum Absolvieren der Lehreinheit den Lehrstoff aneignen und die erwarteten Anforderungen erfüllen, die in der Lehreinheit definiert wurden. Die Studenten sollen die finanziellen Informationen der gegebenen Organisationen erreichen, und jene Fähigkeiten erwerben können, die zur Analyse und Bewertung der Daten notwendig sind. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Dyson, J.R., Accounting for non-accounting students Financial Times/Prentice Hall (2010)**Empfohlene Literatur** Horner, D., Accounting for Non-Accountants: A Manual for Managers and Students Kogan Page (2008)McLaney, E. and Atrill, P. Accounting: An Introduction Financial Times/Prentice Hall (2010) |
| **Name der Lehrkraft: György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Management für Qualität und Dienstleistungserbringung** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 6. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel der Lehreinheit ist, den Studenten die Prinzipien der ausgezeichneten Dienstleistungserbringung zu vermitteln. Die Studenten erwerben darüber hinaus ein entsprechendes Wissen auf dem Gebiet der Qualitätsmessung und des Managements der Dienstleistungserbringung (die Lehreinheit kann im öffentlichen Dienst oder im Gesundheitswesen entsprechend angepasst werden). .**2. Kursbeschreibung:*** Identifizierung unterschiedlicher Stakeholder-Gruppen
* Wie können wir über externe und interne Kunden und sonstige Stakeholder-Gruppen, einschließlich Arbeitnehmer, Eindrücke, Erwartungen und Ansprüche ins Klare kommen
* Folgen der Dienstleistungen von schlechter Qualität
* guter Ruf der Organisation, Erreichung der strategischen Ziele der Organisation, Verantwortlichkeiten, z.B.
* Stakeholder des öffentlichen Bereichs, Regierung, Privatsektor-Stakeholder, Gläubiger,
* Einhaltung der Vorschriften, ihre Wirkungen auf die Stakeholder, z.B. Folgen der unterlassenen medizinischen Dienstleistungserbringung, deren Wirkung auf die unterste Ebene
* Erfüllung der Ansprüche der Stakeholders
* Findung des Gleichgewichts zwischen den Bedürfnissen der verschiedenen Stakeholder-Gruppen. Ausgezeichnete Dienstleistungserbringung und deren Messung, Aufstellung von Dienstleistungs-Standards und Vereinbarungen über die Qualität der Dienstleistungen.
* Wichtigkeit des Management und des Monitoring der Dienstleistungserbringung, wie die Dienstleistung gemanagt und beschrieben werden kann, kundenzentrisches Management
* Qualität und Qualitätsanforderungen
* Definierung der Qualität, verschiedene Dimensionen der Qualität zur hochqualitativen Dienstleistungserbringung
* Qualifizierungssysteme
* ISO9000/9001, sonstige Qualifizierungssysteme - z.. IIP
* Qualitätsmanagement
* Komplettes Qualitätsmanagement, Einführung von Anforderungssystemen, Exzellenzmodelle, Qualitätstheorien nach Deming, Juran, Crosby, Strategien der Qualitätssicherung in der Dienstleistungserbringung,
* Aufbau von qualitätsgesteuerten Organisationen, Einbeziehung der Angestellten ins Qualitätsmanagement, Management der in der Qualitätssicherung befindlichen Rollen
* Erstellung und Monitoring von Standards
* Wie Standards erstellt werden, die Umsetzung von ISO9000/90001, Auditierung der Qualitätsrückmeldung
* Mechanismen, z.B. Fragebögen, gute Praxis bei der Fundamentierung der Standards
* Methoden zur Messung der Qualität und der Dienstleistungserbringung

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten haben ihre Arbeit mit theoretischer Annäherungsweise zu betrachten und Musterbeispiele zur Unterstützung ihrer Vorträge benutzen. Dies kann aus eigener Erfahrung aus Forschungsresultaten stammen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Moulin, M., *Delivering Excellence In Health and Social Care: Quality, Excellence and Performance Measurement* Open University Press 2002**Empfohlene Literatur** Graeme Knowles, (2004)*Managing Quality in the 21st century* Open University Press  |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Risikoverwaltung** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 6. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Schaffung eines geschäftlichen Risikobewusstseins, Erwerb des entsprechenden Wissens zur Ermittlung, Monitoring und Kontrolle der Geschäftsrisiken Die Studenten sollen befähigt werden, die Folgen der geschäftlichen Risiken zu bewerten.**2. Kursbeschreibung:*** Rolle der Risikoverwaltung
* Ziel der Risikoverwaltung, warum die Risikoverwaltung notwendig ist, Identifizierung der Risiken, Prüfung der Tätigkeiten und des internen Umfelds, Zielsetzungen, Risikobeurteilung (Wirkung, und Wahrscheinlichkeit) Pläne zur Risikobeantwortung, Kontrolle, Monitoring
* Funktionen innerhalb der Risikoverwaltung
* Strategische Planung, Marketing, Konformitätsbewertungstätigkeiten, Recht, Rechnungsführung, Versicherung, Kasse/Buchhaltung, Management und Qualitätssiverung, internes Audit, Gesundheit und Sicherheit, Umweltschutz
* Risikobeurteilung
* Analyse, Identifizierung, Definition, Schätzung, Kontrollmaßnahmen und Bewertung, Übersicht
* Rahmen der Risikoverwaltung
* ERM-Programme, COSO, ISO 3001, Unternehmensführung / Konformität, Aktuarienmethoden, Versicherung, Rechtsfragen
* Methoden der Risikoverwaltung
* Risikobeurteilung, Risikobericht, Entscheidungsfindungsprozessem residueller Risikobericht, Monitoring des laufenden und des formellen Audits, Änderungen

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten haben ihre Arbeit mit theoretischer Annäherungsweise zu betrachten und Musterbeispiele zur Unterstützung ihrer Vorträge benutzen. Dies kann aus eigener Erfahrung aus Forschungsresultaten stammen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur***Fundamentals of Risk Management*, Hopkin, Paul, London; Kogan Page, 2010, 9780749459420, 357p**Empfohlene Literatur** *Mastering operational risk*, Blunden, Tony; Thirlwell, John; Harlow; Pearson Education, 2010, 9780273727323 321p*Strategic project risk appraisal and management*, Harris, Elaine; Farnham; Gower, 2009, 9780566088483 108p*The route map to business continuity management*, Sharp, John; London; 2008; 9780580509520 102p  |
| **Name der Lehrkraft: Bernadett DÉKÁNY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Strategisches Marketing** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 2  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 6. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Lehreinheit befähigt die Studenten zum Verständnis, wie die Unternehmensstrategie die Marketingstrategie gestaltet. Die Studenten werden ebenfalls befähigt, wie eine strategische Marktanalyse durchzuführen und eine Marketingstrategie umzusetzen ist.**2. Kursbeschreibung:*** Strategische Rolle des Marketing
* Definitionen der Marketingstrategie, ihre Rolle in der Organisation, wie die Planung und die Tätigkeiten des Marketing fundamentiert werden, Konzeption von Produkt und Kunde bei den verschiedenen Organisationen, Ressourcen, Umsetzung, Monitoring und Kontrolle
* Unternehmensstrategie und Marketingstrategie
* Unternehmensstrategie, Verbindung der Marketingstrategie mit der Mission und dem Zukunftsbild des Unternehmens, Erreichung der Unternehmensziele durch die Marketingstrategie, soziale Verantwortungsübernahme des Unternehmens, Marketing
* Ausgestaltung der M
* Umfeldanalyse, Bestimmung von Zielsetzungem dynamische Strategie, Flexibilität zur Änderung
* Interne Analyse - Annäherung:
* Auf Ressourcengrundlage, Leistung, Wertkette, funktional
* Externe Analyse
* Makroumfeld, Mikroumfeld, Analyse der Wettbewerber Weiter externe Faktoren, einschließlich der Regierung
* Integration
* Anpassung an die externe Umgebung

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Im Zuge der Lehreinheit werden die Studenten ihr theoretisches Wissen im Allgemeinen benutzen, was ihre Arbeit durch das Beispiel entsprechender Organisationen charakterisieren wird.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur***Strategic marketing*, (2000) Proctor, Tony; London; Routledge, 2000 **Empfohlene Literatur**Piercy, Nigel F,(2009) *Market led strategic change* Oxford; Butterworth Heinemann, Baker, Michael;(2000*) Strategic marketing plan audit*, London; Financial Times Prentice Hall,  |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Projektmanagement** | **Kreditwert: 6** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode: Prüfungsnote** |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** 6. Semester  |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Es soll verstanden werden, wie der Prozess der entsprechenden und ausführbaren Projekte identifiziert wird, und fähig sein, ein Projekt zu initiieren, beziehungsweise zu starten. Fähigkeiten zum Management, Monitoring und zur Kontrolle eines Projekts entwickeln, einschließlich der Ermittlung von Risiken und Problemen des Projekts, seines Managements und seiner Kontrolle, sowie des Teammanagements und des Änderungsmanagements. Fähigkeit zur Beurteilung, ob ein Projekt erfolgreich oder erfolglso ist.**2. Kursbeschreibung:*** Veranlassung eines Projekts
* Analysieren der geschäftlichen Bedürfnissse, Erhebung der Funktionen und Prozesse, alternative Kosten/Nutzen-Analysen, Teileinheiten des Projekts: Arbeitsteilung, Angabe von Zeitrahmen, Identifizierung der Ressourcen, Projektbudget, Bericht, Kontrollierbarkeit
* Ausarbeitung der Methodologie des Projekts
* Überblick des Projekts, Auswahl der entsprechenden Projektmanagementmodells unter mehreren, z.B. Traditionelle Annäherungsweise, PRINCE2, Annäherungsweise kritische Änderung, oder Annäherungsweise Ereignisänderung
* Realisierbarkeit
* Risikoverwaltung - Identifizierung der Risiken, Wirkungsanalyse, Risikoverwaltung / -planung, Überprüfung der Gleichnisse Kosten/Nutzen bzw. Risiken zu den Projekten. Berücksichtigung anderer, das Projekt beeinflussender Faktoren, z.B. Fragen der Globalisierung (Vorteile und Nachteile von Projekten in mehreren Ländern / Kulturen)
* Bewertung des Rahmensystems des Projektmanagements
* Traditionelle Annäherung, Annäherung der kritischen Änderung, Annäherung der Ereignisänderung oder eigene formalisierte Annäherungen, z.B. PRINCE
* Konfliktmanagement
* Rolle des Projektmanagers: Management des Teams und der Stakeholders, Ausgestaltung des Zeitplans, des Budgets und des Timing, Erstellung des Projektplans, Verwaltung der Risiken des Projekts, Berührungen mit anderen Projekten
* Projektplan
* Wertangebot, Sponsoring, Verrechenbarkeit, Leistungen, Verantwortlichkeiten, Allokation von Quellen, Meilensteine, kritischer Weg

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten müssen, falls möglich, ein reales Geschäftsprojekt planen un managen können. Wenn es keinen Zugang zum realen Geschäftsumfeld gibt, kann das Projekt auch in einem alternativen Umfeld „durchgeführt werden“ z.B. ein Bauprojekt im eigenen Haus oder ein freiwilliges Projekt mit einer lokalen Gemeinschaftsgruppe. Die Studenten mögen Unterstützung brauchen, damit sie während der Dauer der Lehreinheit ein realisierbares Projekt auswählen können. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Kerzner, H., (2009) Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling 9th Edition, John Wiley and Sons**Empfohlene Literatur** Scott Berkun,(2005) *The art of project management.*  O’Reilly Media, Inc. |
| **Name der Lehrkraft: Bernadett DÉKÁNY** |

**Wählbare Lehrgegenstände**

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: E-Marketing** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 3  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel des Lehrgegenstandes, den Studenten die Wirkungen, Mittel und Techniken des Online-Marketing zu vermitteln und deren praktische Anwendung zu präsentieren. **2. Kursbeschreibung:*** Definition von E-Business und E-Marketing, ihr Umfang und ihre Möglichkeiten
* Marktteilnehmer und Online-Wettbewerber
* Online-Marktforschung
* Marktsegmentation im Bereich des E-Marketing, Besonderheiten der E-Zielgruppen
* Strategische Fragen des Online-Marketing, Messung der Effizienz des E-Marketing
* Einführung der elektronischen Geschäftsabläufe im Unternehmen
* E-Kommunikation und ihr Platz im Marketingkommunikationsmix
* IT-Aspekte der E-Kommunikation
* Netzwerk als Distributionskanal
* Definition, Vorteile und Nachteile des E-Handels
* Kaufprozess im E-Marketing (Präsentation der Produkte, Bestellung, Zahlung, Transport, Rechnung, Rückauf, logistische Prozesse)
* B2B-Kontakte Indirekte Geschäftsbeziehungen, elektronische Marktplätze
* B2C-Kontakte Online-Auktionen, E-Gesellschaften
* E-Mail-Marketing, Forschungsmarketing
* Alternative E-Marketing-Techniken (Blogs, RSS, E-Buch, Chat, Forum, Viren-Marketing, verbundene Programme, usw.).

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Nach dem Absolvieren der Lehreinheit werden die Studenten fähig sein, ihr eigenes Marketingwissen zu entwickeln, sowie die Mittel des Online-Marketing und die Online-Kommunikation im Zuge ihrer Arbeit zu benutzen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Scott, D. M. (2007). *The New Rules of Marketing and PR*. John Wiley & Sons.Bruce, C. (2006). *SME Business: In the Net, or out? Now's the time to choose*. Insurance Brokers' Monthly and Insurance Adviser.**Empfohlene Literatur** Currie, W. L. (2004). *Value creation from the application service provider e-business model: the experience of four firms*. Journal of Enterprise Information Management.Gilmore, A., Gallagher, D. and Henry, S. (2007). *E-Marketing and SMEs: operational lessons for the future*. European Business Review. |
| **Name der Lehrkraft: Szilárd EGYED**  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Geschäftsethik** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel des Lehrgegenstands ist, den Studenten die anthropologischen und psychologischen Grundlagen der menschlichen Wirtschaftstätigkeiten, sowie die ethischen Fragen im Bereich der Unterschiede zwischen ”Homo Oeconomicus” és a ”Homo Sociologicus” zu vermitteln.**2. Kursbeschreibung:*** Die Ethik beschäftigt sich mit einem der Reglersysteme der Gesellschaft. Kontakte zwischen Politik und Ethik.
* Aristoteles über die Ethik.
* Die wichtigsten Ethiktheorien während der Geschichte.
* Veränderung im 20. Jahrhundert. Folgen der technischen und wissenschaftlichen Entwicklung.
* Relevanz, Erklärungen und Aufgaben der Berufsethik.
* Umweltethik.
* Ethischer Hintergrund der HR-Tätigkeit. Ethische Kodizes.
* Fallstudien.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Lehreinheit ist dabei behilflich, dass die Geschäftsleute ihre Verantwortung weder gegenüber ihrem Unternehmen und ihren unmittelbaren Vorgesetzten, noch dem breiteren Umfeld des Unternehmens vergessen. Wir hoffen, dass die Studenten im Zuge des Kurses ein entsprechendes Wissen in den Bereichen Ethik und Berufsethik erwerben. Die Lehreinheit bereitet si für die ethischen Konflikte und Fragen vor, den sie in der Zukunft nicht ausweichen können. Der Kurs unterstützt die Studenten dabei, ihre eigenen persönlichen Kompetenzen, ihr Qualitätsbewusstsein, die kritische Beurteilung ihrer eigenen Tätigkeiten zu entwickeln, sowie ihre eigenen Werte zu entwickeln und zu bewahren.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Kline, J. M. (2005). *Ethics for International Business: Decision Making in a Global Political Economy*. London: Routledge.**Empfohlene Literatur** Costa, J. D. (1998). *The Ethical Imperative: Why Moral Leadership Is Good Business*. Perseus Publishing. |
| **Name der Lehrkraft: Eszter DÖBRÖSY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Zukunftsforschung** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Fundamentierung der zukunftsorientierten Mentalität**2. Kursbeschreibung:*** Theoretische Probleme der Prognosen Veränderliche Wahrscheinlichkeit der künftigen Ereignisse. Notwendigkeit und Relevanz der Voraussicht. Fallstudien.
* Verständnis und Möglichkeit zukünftiger Ereignisse, ihre Beschränkungen und ihre Berechenbarkeit. Alternativen.
* Methoden der Prognosen, ihre Vorstellung an Prognosen von historischer Bedeutung.
* Studium der zurzeit wichtigsten Probleme (alternative Möglichkeiten).

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Entsprechende Beurteilung der Möglichkeiten, Grenzen der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und persönlichen Planbarkeit.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Silver, N. (2013). *The Signal And The Noise… Why So Many Predictions Fail – But Some Don’t.* New York: The Penguin Books.**Empfohlene Literatur** Robert L. Kane. (2012) *Presentation of Future Reserch Needs,* Rockwill (MD) |
| **Name der Lehrkraft: Bernadett DÉKÁNY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Geopolitik** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Studium der geographisch-territorialen und umweltbezogenen Umstände der Ökonomie, der politischen Prozesse und der internationalen Beziehungen. Analyse der Elemente und Beziehungen der Geopolitik und der Nachbarschaftspolitik im Interesse der möglichen Entwicklung und des Wachstums des Landes.**2. Kursbeschreibung:*** Geschichte der Geopolitik - grundlegend Beziehungen in der Geopolitik - Relevanz der Geopolitik heute.
* Wichtigste Grundsätze der Geopolitik - Raum (physikalisch, sozial, persönlich) - Wesen im Raum.
* Merkmale und Themen der Geopolitik - Sicherheit und Risiken. (Merkmale der physikalischen Geographie, der Wirtschaftsgeographie, und der Sozialgeographie des gewählten Landes.
* Interpretationen der Nachbarschaftspolitik in Europa (EU und ihre Mitgliedstaaten).
* Inhalt und Fragen der Nachbarschaftspolitik der gewählten Länder: nationale Politik und die Nachbarn; Zukunft des definierten Nachbarschaftsverhältnisses.
* Grundlegende Kommunikationsrechze und die EU.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten erwerben ein Wissen im Bereich der Geopolitik. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Moncur, O. (1982). *The Rise and Decline of Nations*. New Haven and London: Yale University Press.**Empfohlene Literatur** MacMillan, M. (2014). *The War that Ended Peace*. London: Profile Books. |
| **Name der Lehrkraft: György SUHA** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Geschichte und Kultur** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0 |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Lehreinheit konzentriert sich auf die historische und materialbezogene Analyse der europäischen Kulturen, von der klassischen Antike bis heute. Sie geht davob aus, dass die Kulturen durch Wissen und durch das Üben von Wissen entstehen.**2. Kursbeschreibung:*** Systeme der Wahrnehmung und der Bewertung.
* Symbolische Systeme.
* Kultur-, Medien- und Organisationstechniken.
* Theorie und Geschichte der Anbautechniken.
* Hierarchien der Geschlechter.
* Mythen und religiöse Kulte.
* Kunst.
* Historische Anthropologie.
* Kulturelle Studien und Ästhetik.
* Geschichte des Wissens.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Der Lehrgegenstand beschäftigt sich mit den Systemen der Wahrnehmung und der Bewertung, den symbolischen Systemen, den Kultur-, Medien- und Organisationstechniken, den Hierarchien zwischen Geschlechtern, den Mythen und den religiösen Kulten und der Kunst. Der Fokus liegt auf der historischen Anthropologie, der Theorie und Geschichte der Anbautechniken, den kulturellen Studien der Ästhetik und der Geschichte des Wissens.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Gunn, S. (2006). *History and Cultural Theory*. London: Routledge.**Empfohlene Literatur**Zimmermann, C. ed. (2013). *Industrial Cities: History and Future*. University of Chicago Press. |
| **Name der Lehrkraft: Annamária NAGY** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Einführung in die internationale Entwicklung** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Wichtigstes Ziel des Lehrgegenstands ist die Einführung der Studenten in das interdisziplinäre Thema der Internationalen Entwicklungszusammenarbeit (NEFE), einschließlich deren Geschichte und Trends. Die umfassende Interpretierung der relevanten internationalen wirtschaftlichen und politischen Umgebung wird dabei ein wichtiges Thema sein. Der andere Fokus des Lehrgegenstands ist die Einstellungsgestaltung in Verbindung mit der externen Zusammenarbeit, den interkulturellen Fragen und den Fragen der internationalen Mobilität. Schließlich werden auch die bezüglichen ungarischen Fachpolitiken und ihre Wettbewerbsfähigkeit kurz bewertet. **2. Kursbeschreibung:*** Die Internationale Entwicklungszusammenarbeit (NEFE) als wichtiges Mittel der internationalen politischen und wirtschaftlichen Beziehungen. Begriffe und Definitionen
* NEFE 1945-90, mit besonderer Rücksicht auf die Realitäten der bipolaren Weltordnung
* Verschiedene NEFE-Modelle (USA, Japan, China, Skandinavien, Kuba)
* Die ungarische (sozialistische) Praxis zwischen 1950-90 und deren Folgen
* I. Externe Entwicklungs-Zusammenarbeitspolitik der EU (EG) im Spiegel der globalen Veränderungen 1957-86, vom Römischen Vertrag bis zur Iberischen Integration
* II. Externe Entwicklungs-Zusammenarbeitspolitik der EU: 1986-90, eine Entwicklungszusammenarbeit von neuer Qualität, Annäherung auf Projektbasis
* II. Externe Entwicklungs-Zusammenarbeitspolitik der EU: 1990-2004, Harmonisierung und Erweiterung
* Die NEFE-Politik Ungarns 1990-2014.
* Die 10 +2 Erweiterung und die Wirkung globaler Trends auf die NEFE-Politik der EU.
* Ressourcen, Struktur und die spezifischen Merkmale der NEFE-Poltik der EU. Teilnehmer: Donoren, Begünstigte, Beraten, Sachverständige
* Neue Trends und Herausforderungen der NEFE
* Vorlage und Besprechen der Hausarbeiten

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Geschichte, Trends, und Struktur der europäischen und ungarischen internationalen Entwicklungspolitiken und -praxen in Verbindung mit den globalen politischen Prozessen nach 1945. Merkmale des internationalen Entwicklungs-/Donorgeschäfts, grundlegende Erwartungen gegenüber dem Management internationaler Entwicklungsprojekte. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Williams, D. (2011). *International Development and Global Politics: History, Theory and Practice.* London: Routledge.**Empfohlene Literatur** Fujikura, R. and Kawanishi M. (2010). *Change Adaptation and International Development: Making Development Cooperation More Effective.* London: Routledge. |
| **Name der Lehrkraft: György SUHA** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Problembehandlung** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 3 |
| Bewertungsmethode: Praxisnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Die Problembehandlung schafft Werte und ihre Vorteile können im breiten Spektrum verwendet verwendet werden, sowohl im externen als auch im internen Umfeld.**2. Kursbeschreibung:**Im externen Umfeld:* Bessere Stakeholderkontakte und „gegenseitiger Dialog“ die die Konflikte vermeiden und mäßigen und zu „win/win“ Lösungen führen, die sich auf die Lage und Ziele aller Mitglieder des Stakeholder-Ökosystems beziehen.
* Der Markteintritt wird durch solche Produkte und Dienstleistungen beschleunigt, welche der „unbedienten“ Nachfrage oder den zum Ausdruck gebrachten Ängsten entsprechen.
* Reduzierung des „Kommunikationslärms“ auf dem Markt, wodurch die effiziente und wettbewerbsfähige Leistung der Organisation gefördert wird
* Eliminierung der den Markteintritt beeinträchtigenden Faktoren und funktionalen Schwierigkeiten
* Gesellschaftlich „verantwortliches, antwortfähiges“ Management
* „Wirklichkeitskontrolle“, interne Wahrnehmungen und Pläne gegenüber der externen Wirklichkeit, die eine Art Filter zu den strategischen Zielsetzungen der Organisation bieten.

Im internen Umfeld:* Management auf Unternehmensebene (grenzenverletzend) effiziente Allokation der Ressourcen
* Entwicklung der Kapazitäten der Individuen infolge der Auswirkung der zeitlich und kontextmäßig relevanten Kommunikation oder der direkten Probleme der Organisationsziele, damit sie „im Namen der Organisation“ auftreten
* Bessere Teamarbeit, Moral und Produktivität, Verständnis der Organisationsstrategie, Erreichung der Ziele durch die Rolle der Individuen in verschiedenen Fragen
* Verantwortung in Verbindung mit Angelegenheiten durch Ernennung eines „Champions der Angelegenheit“
* Reduzierung der „Überraschungen“ und der Unsicherheiten, indem die Verantwortlichkeiten der Direktoren und Führungskräfte ebenfalls verringert wird
* Vermeidung von Krisen und „Erfolg“ durch nicht stattgefundene Angelegenheiten

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Am Ende des Kurses werden sich die Studenten die externe und interne Problembehandlung aneignen. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Heath, R. L. and Palenchar, M. J. (2008). *Strategic Issues Management: Organizations and Public Policy Challenges*. 2nd edition. Sage Publications.**Empfohlene Literatur** Lerbinger, O. (1997). *The Crisis Manager: Facing Risk and Responsibility*. Lawrence Erlbaum Associates. |
| **Name der Lehrkraft: György KISS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Massenkommunikation** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Ziel des Unterrichts des Lehrgegenstands ist, Kenntnisse über die Geschichte der Radio- und Fernsehsendung zu vermitteln, einschließlich des rechtlichen Umfelds, der lokalen Gegebenheiten, der Organisationsmodelle der diversen Kanäle, der wichtigsten Programmarten, sowie der Mittel und Prozesse der Programmproduktion. **2. Kursbeschreibung:**Der Kurs besteht aus zwei Teilen: in der ersten Hälfte studieren die Studenten die Theorien und Anwendungen verschiedener Pressearten, die Dokumentarfilme, sowie die Meinungsmacher und sonstige Programme. * Theoretischer und historischer Hintergrund der Pressearten, ihre Bedürfnisse, Inhalt und Sachkenntnis.
* Grundlagen der Kompetenzen in der Kommunikation
* Struktur und Institutionsystem der Massenkommunikation
* System der Druckpresse
* Mittel und Grenzen der Subjektivität und Objektivität
* Glauben und Überzeugung
* Konzept einer Schrift
* Inhalt und stilistische Bedingungen von Nachrichten und Publizistik

In der zweiten Hälfte des Kurses werden die Studenten über Grundlagen, technische Bedingungen, ethische Fragen, rechtliche Regelungen und lokale Praxis der Radiosendungen lernen. Die Vorlesung behandelt die Geschichte und die gegenwärtigen Besonderheiten des nationalen Radiosenders, unter besonderer Beachtung der Unterschiede zwischen der Einheitspraxis und der gegenwärtigem pluralistischen, doppelten und gemischten Rundfunksystemen, die von dem Mediengesetz ermöglicht werden. Der Kurs erlaubt einen Einblick inn einige Workshops von öffentlich-rechtlichen und kommerzielle Sender, um die spezielle Konzeptualisierung ihrer Programme zu präsentieren. **3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Ziel des Unterrichts des Lehrgegenstands ist, Kenntnisse über die Geschichte der Radio- und Fernsehsendung zu vermitteln, einschließlich des rechtlichen Umfelds, der lokalen Gegebenheiten, der Organisationsmodelle der diversen Kanäle, der wichtigsten Programmarten, sowie der Mittel und Prozesse der Programmproduktion. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*. 6th edition. Sage Publicatons.**Empfohlene Literatur** Stanlay J. Baran, (1998) *Introduction to Mass Communication.* Media Literacy and Culture, 8th edition. |
| **Name der Lehrkraft: György SUHA** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Politische Ökonomie** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 1  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff: 4. Semester** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Der Lehrgegenstand hat ein Doppelziel: **1.** Die Studenten sollen den theoretischen Rahmen und den Inhalt der Politischen Ökonomie kennenlernen. **2.** Die Studenten sollen Informationen über die marktwirtschaftlichen Mittel, die gegenwärtig geführten Diskussionen und die Ergebnisse des Managements der ungarischen Politische Ökonomie erhalten. **2. Kursbeschreibung:*** Definition und Mittel der Politischen Ökonomie. Grundlagen der makroökonomischen Rechtsbestimmungen der Marktwirtschaft.
* Doppelte Geschichte der Politischen Ökonomie: Merkmale der sozialistischen Marktwirtschaft und die Umwandlung unter den Bedürfnissen und Widersprüchen der Politischen Ökonomie.
* Grenzlinie zwischen Gegenwart und Zukunft: Herausforderungen der Mitgliedschaft in der Europäischen Union: Lernen und/oder Anpassung.
* Wichtigste Gebiete und Mittel der Politischen Ökonomie: fiskalische und monetäre Politik, Steuersystemen, Komponenten der Wirtschaft nach Branchen, sowie die möglichen Mittel der Politischen Ökonomie (Preis und löhnem Einnahmen und deren Verwendung).
* Gegenwärtige Probleme der Politischen Ökonomie, den konkreten Interessengebieten und Fragen der Studentene angepasst.

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Kenntnis der Politischen Ökonomie ist unerlässlich wichtig für die Arbeit der Ökonomen. Wichtigste Kompetenzen: Definition der Politischen Ökonomie und die Probleme der Definierung; Hauptaufgaben der Politischen Ökonomie und die Mittel dieser Aufgaben: Wirtschaftssteuerung durch Markt oder Verwaltung; Ebenen und Verbindungen der Politik (Makro- und Mikroebenen); Qualität der internationalen Wirtschaftsprozesse und ihre Rolle in den Veränderungen der Politischen Ökonomie des Landes.  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Chilcote, R. H. (2000). *Theories of Comparative Political Economy*. Westview Press.Keynes, J. N. (1955). *The Scope and Method of Political Economy.* 4th edition. Kelley & Millman.**Empfohlene Literatur** Murshed, S. M. (2002). *Issues in Positive Political Economy*. London: Routledge.Chilcote, R. H. (2000). *Comparative Inquiry in Politics and Political Economy: Theories and Issues*. Westview Press. |
| **Name der Lehrkraft: Bettina MARTUS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Politologie** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 3 Praxis 0  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Einführung der Studenten in eines der spannendsten Teilsysteme der Gesellschaft: die Politik**2. Kursbeschreibung:*** Einführung: Auskunft über den Lehrgegenstand und die Anforderungen; über die Politik und die Politikwissenschaften im Allgemeinen. Macht und Dominanz, politische Systeme und Interpretationen der Demokratie
* Politische Ideologien (klassische und moderne Versionen)
* Politische Kultur und politische Sozialisierung
* Demokratische politische Systeme
* Systeme der Präsidentenwahl
* Vorgänger, Merkmale und Änderungen von ausgewählten politischen Systemen
* Organisationen der Interessenvertretung, Selbstverwaltungen und Zivilgesellschaften in den ausgewählten Ländern
* Das Staatsoberhaupt - das Parlament Europäische Modelle
* Regierungssysteme und Regierungen

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Die Studenten erhalten ein Bild über den Kern, die Elemente und Prozesse des politischen Systems, wodurch sie zu bewussten Staatsbürgern werden können. Ausdruck des politischen Systems und der politischen Interessen; die Kenntnis der politischen Rollen und Prozesse, sowie die der Ideologien können einen entsprechenden Hintergrund für die Studien der öffentlichen Politik und der Verwaltung geben. |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Clarke, K. A. and Primo, D. M. (2012). *A Model Discipline: Political Science and the Logic of Representations*. Oxford University Press.Weisberg, H. F. (1986). *Political Science: The Science of Politics*. Agathon Press.**Empfohlene Literatur**Lane, R. (1997). *Political Science in Theory and Practice: The Politics' Model*. M. E. Sharpe.Portis, E. B. (1998). *Reconstructing the Classics: Political Theory from Plato to Marx*. 2nd edition. Chatham House Publishers. |
| **Name der Lehrkraft: György SUHA** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Psychologie- und Transaktionsanalyse** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 3  |
| Bewertungsmethode: Praxisnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Aneignung der Wirtschaftsprozesse aus psychologischem Aspekt.**2. Kursbeschreibung:*** Ziele, Definitionen und Mittel der Wirtschaftspsychologie
* Problematik der Annäherungen der Wirtschaftspsychologie
* Die analytische Wirtschaftspsychologie
* Psychoanalyse in der Wirtschaftspsychologie
* Reaktionen der Angstneurose
* Definition und Arten des Verhaltens
* Theorie der Veränderung
* Kognitive Psychologie
* Kognitive Dissonanz
* Sozialpsychologie
* Paare der Lebensanregung
* Inneres System des spirituellen Lebens
* Äußeres System des spirituellen Lebens
* Konsumentenverhalten

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:**Tieferes Verständnis der Wirtschaftsprozesse |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**Stewart, I. and Berne, E. (1992). *Volume 2 of Key Figures in Counselling and Psychotherapy*. London: Sage Publications.Berne, E. (1964). *Games People Play – The Basic Hand Book of Transactional Analysis.* New York: Ballantine Books. **Empfohlene Literatur** Berne, E. (1975). *What Do You Say After You Say Hello?* London: Corgi.Clarke, S. L. (2012). *Clarke's Dictionary of Transactional Analysis.* |
| **Name der Lehrkraft: Andrea KUNSÁGI**  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Lehreinheit: Symbolik** | **Kreditwert: 5** |
| **Art der Lehreinheit, Stundenzahl**: Theorie 0 Praxis 3  |
| **Bewertungsmethode**: Prüfungsnote |
| **Platz des Kurses im Unterrichtsstoff:** |
| **Bedingungen und Voraussetzungen:** |
| **Kursbeschreibung** |
| **1.** **Unterrichtsziel des Lehrgegenstands**Im Zuge der Vorbereitung der Präsentationen brauchen wir Symbole, deren mögliche Bedeutungen von den Studenten geprüft werden sollen.**2. Kursbeschreibung:*** Symbol als Abstraktion
* Symbole laut Peirce
* Präsentationssymbolik und Filmsemiotik
* Grunddefinitionen der Präsentationssymbolik
* Farben und Farbsymbole
* Gegenseitige Wirkung der Farben, die Farbkontraste
* Symbolik der Formen und Gestalten
* Grundsymbole
* Zusammengesetzte Symbole

**3. Erwerbbare allgemeine und Fachkompetenzen:** Praktische Anwendung der Symbole in der Kommunikation  |
| **Fachliteratur** |
| **Pflichtliteratur**T Várkonyi Attila: Presentation-Symbology**Empfohlene Literatur**Stanlay J. Baran, (1998) *Introduction to Mass Communication.* Media Literacy and Culture, 8th edition. |
| **Name der Lehrkraft: Attila VÁRKONYI T.**  |