

**SZAKMACSOPORTOS ALAPOZÓ OKTATÁS  
A KERESKEDELEM—MARKETING,  
ÜZLETI ADMINISZTRÁCIÓ SZAKMACSOPORTRA**

**11. évfolyam**

Kereskedelem—marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoportos alapozó ismeretek	222 óra
Kereskedelem—marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoportos alapozó gyakorlatok	<u>74 óra</u>
Elmélet és gyakorlat	296 óra

**12. évfolyam**

Kereskedelem—marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoportos alapozó ismeretek	192 óra
Kereskedelem—marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoportos alapozó gyakorlatok	<u>64 óra</u>
Elmélet és gyakorlat	256 óra

**KERESKEDELEM—MARKETING, ÜZLETI ADMINISZTRÁCIÓ  
SZAKMACSOPORTOS ALAPOZÓ ISMERETEK**

**11—12. évfolyam**

*Célok és feladatok*

A szakmacsoportos alapozó oktatás lehetőséget nyújt a kereskedelem—marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoport közös szakmai elméleti ismereteinek elsajátítására, a készségek, képességek fejlesztésére, a pályaválasztási döntés, illetve a szakirányú felsőfokú továbbtanulás előkészítésére és az érettségi utáni szakképzés megalapozására.

A tantárgy célja, hogy bővítse, rendszerezze és mélyítse el a közismereti és a szakmai orientációs tantárgyak keretében tanultakat, fejlessze, alapozza meg a szakmai műveltséget, készítse fel a szakmacsoportos alapozó gyakorlatra.

A szakmacsoport aktív tanulói magatartást és tanulási élményeket is eredményező bemutatásával hívja fel a tanulók figyelmét a kereskedelmi, marketing és üzleti adminisztrációs szakképesítések sajátosságaira, keltse fel az érdeklődésüket azok iránt, mutassa be a pályák szépségeit, nehézségeit, hasznosságát, fejlődésének irányát, a szakterületen dolgozók tevékenységét, annak távlatait.

Segítse a tanulókat leendő szakmai szerepük kiválasztásában, megfogalmazásában, az egyéni életpályájuk reális megtervezésében.

Teremtse fel a feladathelyzeteket a tanulók képességei, szakmai tehetsége kibontakoztatására, keltse fel az érdeklődést a szakmai tevékenységek mélyebb elméleti alapjai iránt.

Biztosítson lehetőséget a szakmacsoport munkaköreiben szükséges magatartás kialakulásához, a tanulási és szakmai motiváció fejlesztéséhez, megerősítéséhez.

Neveljen a szakmai tevékenységekkel kapcsolatban tudatos, felelősségteljes magatartásra, alakítsa ki a tanulóknál a pontos és minőségi munkavégzés igényét, a környezettel szembeni felelősségérzetet.

A *Közgazdaságtan* oktatásának alapvető célja, hogy segítse elő a tanulók gazdasági gondolkodásmódjának kialakulását és fejlesztését, járuljon hozzá a piacgazdaság működésének megértéséhez, tegye képessé a tanulókat az őket körülvevő világ megértésére. Segítsen magyarázatot adni a tapasztalt eseményekre, hogy felelősséggel tudják értékelni a gazdaságpolitikai folyamatokat, gazdasági döntéseket. Biztosítsa, hogy a tanulók gondolkodásának részévé váljon a gazdasági racionalitás.

A *Marketing* oktatásának célja, hogy közvetítse és rendszerezze azokat az ismereteket, amelyek segítségével a tanulók képesek a marketing gazdasági szerepének, helyének meghatározására. Ismertesse meg a tanulókkal a marketing feladatait, eszközeit, helyét és célját a vállalkozás piaci működése során. Tudatosítsa a tanulóknál a marketing szerepét.

Az *Idegen nyelv* oktatásának célja, hogy bővítse a tanulók megszerzett nyelvtudását, javítsa az általános és a szakmai beszédképességüket a helyzetek párbeszéd megoldásában, egészítse ki a tanulók nyelvtani ismereteit, motiválja őket abban, hogy eredményesen tudják megoldani az üzleti életben leggyakrabban előforduló kommunikációs helyzeteket.

*Fejlesztési követelmények*

A tantárgy tanulása során fejlődjenek a tanulók szakmai tantárgyak tanulásához szükséges képességei, így különösen az ismeretelemző-értékelő gondolkodás, az önálló ismeretszerzés, az ismeretek alkalmazási, valamint információszerzési és -feldolgozási képessége.

Fejlessze a szóbeli és írásos szakmai kommunikációs képességeket, a különböző kommunikációs eszközök tudatos használatát, hogy a tanulók megfelelő szakmai szókinccs birtokában képesek legyenek gondolataikat szóban vagy írásban kifejezni.

Alakuljon ki, fejlődjön, erősödjön meg a tanulók saját szakmai munkájukkal kapcsolatos igényessége, munkájuk legyen átgondolt, célszerű, eredményes. A szóbeli kommunikációban törekedjenek a nyelv, a szakkifejezések szabatos és helyes használatára, írásos munkáikban az igényes külalakra.

A tantárgyi tevékenység során szokjanak hozzá a tanulók a számítástechnikai eszközök használatához.

Alakuljon ki a tanulóknál az önálló szakmai tanulás, feladatmegoldás igénye, érezzék meg a tanulási eredmények, sikerek értékét, örömet.

A tantárgyi tevékenység végzése során folyamatosan erősödjék a tanulási és szakmai motiváció, váljon tudatos döntéssé a szakmaválasztás. Ismerjék meg a szakmai tevékenységek végzéséhez szükséges magatartási szabályokat, magatartásformákat.

A szakmai tanulmányi tevékenység által alakuljon ki, fejlődjön, erősödjön a szakmához, a választott munkához, életpályához való kötődésük.

A tanulók szeressék a természetet, tiszteljék annak értékeit, ismerjék fel és utasítsák el a környezetszennyező, természetkárosító tevékenységeket, az ilyen magatartást.

*Közgazdaságtan:*

A tanulók ismerjék meg a közgazdaságtan elemzési módszereit, értsék a mikro- és makroszemlélet közötti különbséget, határozzák meg a különbségeket és azonosságokat.

A tanulók képessé válnak alapképletek segítségével alapadatokból egyszerű feladatok megoldására, függvények ábrázolására, rövid és hosszú távú elemzésekre.

Képessé válnak nemzetgazdasági problémák felismerésére és elemzésére.

*Marketing:*

A tanulók ismerjék meg a marketing jelentőségét, történeti kialakulását, tudják elhelyezni a gazdálkodási folyamatban.

Értsék a piac jelentőségét, összefüggéseit.

A tanulók ismerjék az információszerzés fontosságát, a piackutatás módszereit, eszközeit, folyamatát, a marketing és a piackutatás kapcsolatát.

A tanulók értsék az ár jelentőségét, az árpolitikai célkitűzéseket, az árképzés módszereit. Ismerjék az árstratégia kialakulásának elveit, az árak jogi szabályozását, az értékesítési rendszer funkcióit, az elosztáspolitikai elemeit, az értékesítési csatorna kiválasztásának szempontjait. Ismerjék fel az összefüggést a marketing és az elosztási csatornák között.

A tanulók ismerjék a marketingkommunikáció fogalmát, jelentőségét, a marketingen belül elfoglalt helyét, a kommunikáció közvetlen, közvetett eszközeit (felsorolásszerűen).

A tanulók ismerjék meg az imázs fogalmát, fajtáit, szükségességét, a vállalati arculat lényegét, kialakításának fontosságát, tartalmi és formai elemeit. Értsék gyakorlati megvalósítását, az arculati stratégiát.

A tanulók ismerjék meg a kiskereskedelmi árufogalomra ható tényezőket. Értsék a vevőszolgálat, a márka, védjegy, design, választék szerepét, a szponzorálás célját, módjait.

*Idegennyelv:*

A tanulók legyenek képesek az általános üzleti nyelv egyszerű eseteiről szóló szövegeket megérteni, feldolgozni.

A tanulók ismerjék az adásvételi ügylettekkel, a reklamációk intézésével, a kiállítások és vásárok szervezésével kapcsolatos szakmai szókinccset, egyszerűbb beszédhelyzetekben ezeket tudják alkalmazni.

**11. évfolyam****Évi óraszám: 222 óra***Belépő tevékenységformák**Közgazdaságtan:*

Lényegkiemelés megadott szempontok szerint. A tudományos ismeretterjesztő szöveg lényegének kiemelése.

Tájékozódás a napi gazdasági helyzetről, különböző kézikönyvek, szaksajtó felhasználásával. Egyéni és csoportos információgyűjtés.

Eltérő álláspontok és az eltérés okainak felismerése.

Az érvelés technikájának alkalmazása közgazdasági témakörökben.

Szóbeli ismertető tartása.

Az internet használata a tananyagot kiegészítő információk megszerzésére, tanári irányítással.

*Marketing:*

Könyvtári ismerethordozók használata.

Piacutatási tevékenység lebonyolítása (kérdőív szerkesztés, címlista kezelése, kérdőívek begyűjtése, feldolgozása).

A vállalkozás számára a megfelelő piacszegmens kiválasztása, a szóba jöhető vásárlói kör körülhatárolása.

Termékek elhelyezése az életgömbben, termékfejlesztési technikák. Csomagolás megtervezése, marketingfunkcióinak felismerése.

Árképzés, napi konkrét ár kialakítása.

*Idegennyelv:*

Az üzleti kommunikációs helyzetnek megfelelő nyelvváltozatok szókincsének tudatos használata.

Az üzleti levelek megszerkesztése.

*Közgazdaságtan*

Témakörök	Tartalmak
A közgazdaságtudomány	A közgazdaságtan fő részei. Az erőforrások szűkössége. A termelési lehetőségek határa. Munkamegosztás, specializáció. Az erőforrások elosztásának alapkérdései, kulcskategóriái. Kereslet—kínálat. Kereslet—kínálati függvény. A Marshall-kereszt.
A fogyasztói magatartás és a kereslet	A fogyasztó és a háztartás. A fogyasztói döntés tényezői, környezeti szempontjai. A fogyasztás és a szükséglet. Teljes haszon, határhaszon. Az értékparadoxon. A fogyasztó maximális összhaszna több termék esetén. Közömbösségi görbe. Költségvetési egyenes. Az optimális választás. A kereslet ár rugalmassága, kereszt-ár rugalmassága, jövedelem rugalmassága.

Témakörök	Tartalmak
A vállalat és a termelői magatartás	A vállalat és környezete. Célja, célrendszere. Szervezeti formái. A termelés mikroökonómiája. Az idő szerepe a gazdaságban. A termelés technikai, természeti összefüggései, környezetvédelmi fejlesztése. Termelési függvény. A termelés költségei. Költségfüggvények. Kiadás és költség. Bevétel és haszon. Környezetorientált vállalati magatartás.
A vállalat kínálata és a piac jellege	A verseny jellege. A piac formái, környezeti piaci szegmens. A vállalati és a piaci kínálat tökéletes verseny esetén. A vállalat alkalmazkodása a tökéletesen versenyző piachoz. A vállalati és iparági kínálat. A tiszta monopólium piaca.
A termelési tényezők piaca	Az erőforrások kereslete. Optimális munkafelhasználás. A tőkepiac. A tőkebefektetések, kamat, profit. A tőkebefektetések értékelése, vagyoneértékelés. Egy tényező tőkésített értéke. Pénz- és értékpapírpiac. Tőkekereslet, tőkekínálat. Kötvény, részvény, rt. Az értéktőzsde. Munkapiac. A humántőke. A föld és ingatlanpiac, természeti erőforrások piaca. A vállalkozó mint termelési tényező. A vállalkozó jövedelme. A termelő erőforrások jövedelmei.
A vállalatok a nemzetközi piacokon	Belpiac — külpiac — világpiac. A komparatív előnyök. Alternatív költségek, környezetvédelmi externális költségek. A vállalatok külpiacra lépése.
A piaci szabályozás kritikája	Az állam szerepe a gazdaságban. Piac, központi szabályozás. Externhatások. Közjavak, természeti-környezeti javak — finanszírozásuk.

*Marketing*

Témakörök	Tartalmak
A marketing kialakulása, fogalma, fejlődése	A marketing történetének áttekintése. A marketing szükségessége, fejlődése Magyarországon. A marketingmix fogalma, ökomarketing.

Témakörök	Tartalmak
A piaci környezet elemzése, a piac	A vállalat mikro- és makrokörnyezete. A piac fogalma és kategóriái. Piaci szerkezet, piaci formák. Piaci szereplők, piactípusok.
Fogyasztói és szervezeti vásárlói magatartás	Fogyasztói magatartás: szükséglet, kereslet. A Maslow-féle szükségleti piramis. Vásárlási magatartástípusok. A vásárlási folyamat szakaszai. Szervezeti vásárlói magatartás.
Célpiaaci marketing, piacszegmentálás. Célpiaacok kiválasztása	Differenciálatlan és differenciált marketing. A célpiaaci marketing lényege, kialakítása. Piacszegmentáció. Célpiaacok kiválasztása, ökopiac. Termékpozicionálás.
Marketing-információs rendszer	Információs szükséglet. Az információs rendszer funkciói. A MIR belső rendszere, működése.
A piackutatás fajtái, módszerei	A piackutatás fogalma, területei. Fajtái, módszerei. Szekunder és primer piackutatás. A kutatás alanyainak kiválasztása. A kérdőív szerkesztés szabályai. A piackutatás folyamata.
A piackutatás felhasználási területei	A kutatási eredmények értékelése. Piackutató jelentés. Konkurenciaanalízis.
Termékpolitika, termékfejlesztés	A termék fogalma, csoportosítása. A termék piaci életgörbéje. Vállalati termékpolitika. Termékfejlesztés, termékszerkezet. Új termék kialakításának, piaci bevezetésének folyamata. Termékfejlesztéshez kapcsolódó jellemzők, csomagolás, márka, design, öcodesign. A szolgáltatások jellemzői, az értékesítés sajátosságai.
Árpolitika, árstratégia	Az árpolitika lényege, céljai. Árstratégia az életgörbe szakaszaiban. Fogyasztói árelfogadás. Árpolitika, napi árak kialakítása.
Értékesítéspolitikai, csatornák kiválasztása	A disztribúciós rendszer. Marketingcsatornák. Marketingrendszerek.
Kommunikációs politika	Kommunikációs folyamat. A marketingkommunikáció lényege. A kommunikációs mix elemei.

*Idegen nyelv*

Témakörök	Tartalmak
Általános üzleti nyelv	Adás—vétel. Vásárlási szituációk. Termékek elnevezése.
Kapcsolattartás az üzleti életben	Telefonálás. Érdeklődés. Információadás.
Hivatalos levél	Címzés, megszólítás. Levél zárása. Az írott levél szerkezete, helyesírása.

*A továbbhaladás feltételei**Közgazdaságtan:*

A tanulók tudják ismertetni a közgazdaságtan tárgyát, alapvető kategóriáit, alapkérdéseit, elemzési módszereit, a piac fogalmát, alapvető kategóriáit, a piac működési mechanizmusát, a piacformákat, valamint a vállalat piaci magatartását befolyásoló tényezőket, és értelmezni a társadalompolitikai környezet hatását a vállalatokra.

A tanulók legyenek képesek definiálni a költség, bevétel, eredmény fogalmát, pontosan elhatárolni ezeket egymástól.

A tanulók legyenek képesek bemutatni a fejlett piacgazdaság központi szereplőjét, a fogyasztót, jellemezni a fogyasztói magatartást, valamint a vállalatok vevőkénti viselkedését a tényezőpiacokon.

A tanulók tudjanak feladatokat megoldani az árrugalmasság, a jövedelemrugalmasság és a kereszt-árrugalmasság témakörben, legyenek képesek kiszámítani a vállalatok profitmaximalizáló outputjait.

*Marketing:*

A tanulók legyenek képesek ismertetni a marketing jelentőségét, történeti kialakulását, helyét a gazdálkodási folyamatban.

Értsék a piac összefüggéseit.

Legyen rálátásuk a keresleti oldal elemzésére, a keresletet befolyásoló tényezőkre.

Tudják kiválasztani a vállalkozás számára a megfelelő piacszegmenst, körülhatárolni a szóba jöhető vásárlói kört.

Tudják értékelni az információszerzés fontosságát, a piackutatás módszereit, eszközeit, folyamatát, ismertetni a marketing és a piackutatás kapcsolatát.

A tanulók legyenek képesek definiálni a termék fogalmát, osztályozását, jellemezni a termék piaci életgörbéjének szakaszait, felismerni a termékpiaci stratégiák jelentőségét.

A tanulók értsek meg az ár jelentőségét, az árpolitikai célkitűzéseket, határozzák meg az árképzés módszereit. Tudják ismertetni az árstratégia kialakulásának elveit, az árak jogi szabályozását.

Legyenek képesek bemutatni az értékesítési rendszer funkcióit, az elosztáspolitikai elemeket, az értékesítési csatorna kiválasztásának szempontjait, megérteni az összefüggést a marketing és az elosztási csatornák között.

*Idegen nyelv:*

Hallott és olvasott szöveg értése területén a tanulók legyenek képesek a lényeges információt kiszűrni, a szöveg üzenetét megérteni.

Beszédképesség területén legyenek képesek a hozzájuk intézett kérdésekre válaszolni, véleményüket kifejezni, a társalgásba bekapcsolódni.

Írásképesség területén legyenek képesek egyszerű üzleti szöveget, levelet a nyelvhelyességi szabályait követve megírni, megszerkeszteni.

**12. évfolyam****Évi óraszám: 192 óra***Belépő tevékenységformák**Közgazdaságtan:*

Lényegkiemelés.

A makrogazdaság különböző szereplőinek a jellemzése, a köztük zajló jövedelemáramlások felismerése.

Szóbeli ismertető, kiselőadások tartása.

Tájékozódás a napi gazdasági helyzetben, különböző kézikönyvek, szaksajtó felhasználásával. Önálló információgyűjtés és -feldolgozás, irodalom- és adatelemzés.

Makroökonómiai kereslet-kínálati függvény levezetése, azok kapcsolatának felismerése.

Eltérő álláspontok felismerése, az eltérés okainak vizsgálata.

Az érvelés technikájának tudatos alkalmazása közgazdasági témakörökben.

Az internet használata.

Irányított viták, döntési szituációk elemzése.

*Marketing:*

Reklámüzenetek tartalmának értelmezése.

Reklámeszközök és reklámhordozók elkülönítése.

Újsághirdetés megfogalmazása, szórólapok, plakátok megtervezése.

Komplex reklámterv elkészítése. Reklám-hatásvizsgálat elemi szinten.

Reklámetikai Kódex értelmezése.

Kapcsolatszervezés.

Vállalati arculat megtervezése, kidolgozása.

*Idegen nyelv:*

Az adásvételi ügyletek lebonyolítása.

Reklamációk.

*Közgazdaságtan*

Témakörök	Tartalmak
A makroökonómia alapösszefüggései	A makrogazdaság alapfogalmai. A makrogazdaság szereplői. Makrogazdasági körforgás. A makrogazdaság számbavétele. A pénz a makroökonómiában. A pénz kialakulása, lényege.
A makrogazdaság árupiac — az egyensúlyi jövedelem	A makrogazdaság piacai, az árupiac. A makroökonómiai árkereslet. A fogyasztás makroökonómiai szinten. A megtakarítás. A beruházás és hatása a makrogazdaság árkeresletére. Az árupiaci kereslet és az egyensúlyi jövedelem. A beruházási tevékenység motivációja, ökoinnováció és közbeszerzés. A kamatláb hatása az egyensúlyi jövedelemre.

Témakörök	Tartalmak
A makrogazdaság pénzpiaca, a kamatláb alakulása	A pénzkínálat. A mai pénz kialakulásának első lépése: a váltó. A bank és bankjegy. A bankrendszer. A pénzkereslet. A pénzpiac egyensúlya — a kamatláb alakulása.
A makrogazdaság egyensúlya	A makroökonomiai kínálat. A munkapiac. A munkakínálat. Nominálbér, reálbér. A munkakereslet. A munkapiaci egyensúly. A makrokínálati függvény. A makrogazdaság egyensúlya.
Munkapiaci egyensúlytalanság — munkanélküliség	A munkanélküliség, fajtái. A munkakeresletet befolyásoló tényezők. A munkakínálatot befolyásoló tényezők. A munkapiac helyzete. Munkanélküliség és jövedelem.
Infláció és inflációs folyamatok	Az infláció és fajtái. Az infláció okai. Keresleti infláció. Költséginfláció. A várakozások és az infláció.
A makrofolyamatok befolyásolhatósága, a gazdaságpolitika elméleti alapjai és gyakorlata	Az állam feladatai. Költségvetési politika. Az adóztatás. A kormányzati kiadások. A gazdaságpolitika finanszírozása. A pénzügypolitika monetarista szemlélete. Gazdaságpolitikai programok.
A nyitott makrogazdaság	A nemzetközi fizetési mérleg fogalma. A valutapiac.

*Marketing*

Témakörök	Tartalmak
A marketing- kommunikáció eszközrendszere	A kommunikáció célja, feladata. A marketing fogalma, eszközei.



Témakörök	Tartalmak
A reklám szerepe, fejlődése	A reklám fogalma, szerepe. A reklám fejlődése. A reklám csoportosítása.
A reklám vállalati funkciói	A vállalati reklámcélok. A reklám a fogyasztók mindennapi életében.
Reklámeszközök és reklámhordozók	A reklámeszközök felismerése. A reklámhordozók szerepe. A reklámeszközök és a reklámhordozók elkülönítése.
A reklámeszközök csoportosítása	A reklámeszközök csoportosítása: — vizuális eszközök, — auditív eszközök, — audiovizuális eszközök.
A reklám tervezése, szervezése	A reklámszervezés lépései. A reklámkampány lebonyolítása. Reklámtervezés. A reklámhatás vizsgálata, AIDA-módszer.
Public relations (PR)	A Public Relations fogalma, jellemzői. A PR területei, belső és külső PR. A PR-akciók, szponzorálás. A PR-tevékenység folyamata.
Eladásösztönzés (SP)	Fogalma, funkciói. SP-módszerek.
A személyes eladás (PS)	Fogalma, jellemzői, előnyei. Területei. Az eladóval szemben támasztott követelmények.
Az imázs és az egyedi vállalati arculat (C.I.)	Az imázs lényege, fajtái. A vállalati összképet befolyásoló tényezők. Az imázs stratégia feladatai. A C.I. összetevői: formai és tartalmi elemek.
Egyéb piacbefolyásoló eszközök	A védjegy funkciói, típusai. Márkaépítés, márkahűség. A csomagolás funkciói, típusai. A vevőszolgálat szerepe, lényege.

*Idegen nyelv*

Témakörök	Tartalmak
Adásvételi ügylet	Értékesítési formák. Szituációk.
Reklamációk	Elégedetlenség kifejezése. Véleménynyilvánítás. Probléma leírása.
Kiállítások, vásárok	Információkérés. Információadás. Vásárvárosok.

*A továbbhaladás feltételei**Közgazdaságtan:*

Legyenek képesek a tanulók a makrogazdaság különböző szereplőit jellemezni, a köztük zajló jövedelemáramlásokat felismerni.

Ismerjék fel az SNA rendszer alapmutatóit.

A tanulók tudják ismertetni az árupiaci keresletre ható tényezőket, függvényen és számításokkal is meghatározni az egyensúlyi jövedelmet.

A pénzpiac elemzése során tudják definiálni a pénzkínálat fogalmát, ismertetni a bankrendszer szerepét a pénzteremtés mechanizmusában, a pénzpiac egyensúlyának lényegét és a kamatláb szerepét e folyamatban.

Tudják levezetni a makroökonómiai kereslet—kínálati függvényt, ismerjék fel azok kapcsolatát a különböző részpiacokkal, értelmezzék a makrogazdaság egyensúlyát.

A munkanélküliség és infláció fogalmának és okainak ismeretén túl legyenek tisztában a magyar gazdaság munkapiaci helyzetével és árszínvonalának alakulásával.

Legyenek képesek bemutatni a várakozások és az infláció kapcsolatát, ismertetni az állam feladatait és a makrogazdasági folyamatokba való beavatkozás lehetőségeit, eszközeit.

Lássák a költségvetési és a monetáris politika közti különbségeket, azok alkalmazhatóságát és hatásmechanizmusát.

A tanulók tudják definiálni a nemzetközi fizetési mérleg, a külkereskedelmi mérleg fogalmát és a valutapiaci alapfogalmakat.

*Marketing:*

A tanulók legyenek képesek ismertetni a marketingkommunikáció fogalmát, jelentőségét, a marketingen belül elfoglalt helyét, a kommunikáció közvetlen, közvetett eszközeit (felsorolásszerűen), valamint a marketing és a kommunikáció kapcsolatát, eszközrendszerét, a reklám fogalmát, vállalati funkciót, a reklámcélok és -eszközök fajtáit. Tudjanak különbséget tenni a reklámeszközök és reklámhordozók között. Ismerjék fel a reklám társadalmi és gazdasági szerepét, tudjanak megalkotni, kivitelezni reklámüzeneteket.

Legyenek képesek reklámtervet készíteni, értelmezni a reklámetikai kódexet.

A tanulók tudják definiálni a PR fogalmát, elhelyezni a vállalkozás és környezete kapcsolatában. Legyenek képesek ismertetni a PR eszközeit, a kapcsolatszervezés folyamatát, az SP módszereit, sajátos területeit.

Tudjanak programokat készíteni a módszerek kialakítására, végrehajtására.

Vázolják fel a személyes eladás és fogyasztói magatartás kapcsolatát, a személyes eladás alapelveit, az eladó személyzettel szemben támasztott követelményeket, az eladás folyamatát és szabályait.

Tudják definiálni az imázs fogalmát, fajtáit, szükségességét, ismertetni a C.I. lényegét, kialakításának fontosságát, tartalmi és formai elemeit, gyakorlati megvalósítását, az arculati stratégiát.

Mutassák be a kiskereskedelmi áruforgalomra ható tényezőket, a vevőszolgálat, a márka, védjegy, design, választék szerepét, a szponzorálás célját, módjait.

*Idegennyelv:*

A készségek terén:

a) Hallott szöveg értése.

A tanulók legyenek képesek kb. 200 szavas egyszerű üzleti nyelvű szövegben

— a lényeges információt kiszűrni,

— az ismeretlen nyelvi egységek jelentését a szövegösszefüggésből kikövetkeztetni,

— a szöveg globális üzenetét megérteni.

b) Beszédkészség.

A tanulók legyenek képesek

— a hozzájuk intézett kérdésekre általános nyelvi fordulatokkal válaszolni, magyarázatokat adni, érzelmeket kifejezni,

— a társalgásba bekapcsolódni, kérdéseket feltenni,

— véleményt kifejezni.

c) Olvasott szöveg értése.

A tanulók legyenek képesek kb. 200—250 szavas egyszerű üzleti nyelven megírt szövegben

— a lényeges információt kiszűrni,

— specifikus információt azonosítani,

— a szöveg globális üzenetét megérteni.

d) Íráskészség.

A tanulók legyenek képesek kb. 150 szavas egyszerű üzleti szöveget, levelet megírni,

- formailag helyesen megszerkeszteni, tagolni,
- gondolataikat a megfelelő nyelvi eszközökkel kifejezni,
- az írott nyelv nyelvhelyességi szabályait követni.

## **KERESKEDELEM—MARKETING, ÜZLETIADMINISZTRÁCIÓ SZAKMACSOPORTSALAPOZÓGYAKORLATOK**

### **11—12. évfolyam**

#### *Célok és feladatok*

A szakmacsoportos alapozó oktatás lehetőséget nyújt a kereskedelem—marketing, üzleti adminisztráció szakmacsoport közös szakmai gyakorlati ismereteinek elsajátítására, a készségek, képességek fejlesztésére, a pályaválasztási döntés, illetve a szakirányú felsőfokú továbbtanulás előkészítésére és az érettségi utáni szakképzés megalapozására.

A tantárgy célja, hogy bővítse, rendszerezze és mélyítse el a közismereti és a szakmai orientációs gyakorlatok keretében tanultakat, fejlessze, alapozza meg a szakmai műveltséget.

A szakmacsoport aktív tanulói magatartást és tanulási élményeket is eredményező bemutatásával hívja fel a tanulók figyelmét a kereskedelmi, marketing és üzleti adminisztrációs szakképesítések sajátosságaira, keltse fel az érdeklődésüket azok gyakorlata iránt.

Segítse a tanulókat leendő szakmai szerepük kiválasztásában, megfogalmazásában, az egyéni életpályájuk reális megtervezésében.

Teremtsen feladathelyzeteket a tanulók képességei, szakmai tehetségük kibontakoztatására, keltse fel az érdeklődésüket a szakmai tevékenységek gyakorlata iránt.

Biztosítson lehetőséget a szakmacsoport munkaköreiben szükséges magatartás kialakulásához, a motiváció fejlesztéséhez, megerősítéséhez.

Neveljen a szakmai tevékenységekkel kapcsolatban felelősségteljes magatartásra, alakítsa ki a tanulóknál az önálló, pontos és minőségi munkavégzés igényét.

A tantárgy oktatásának célja olyan gyakorlati ismeretek elsajátíttatása, amelyek képessé teszik a tanulókat a változó gazdasági életben történő eligazodásra és sikeres alkalmazkodásra alkalmazottként és vállalkozó tulajdonosként. A kereskedelmi, marketing- és üzleti adminisztrációs tevékenységek végzetésével segítse a tanulók konkrét szakmaválasztását, készítse fel a tanulókat a gyakorlati teendők ellátására, és fejlessze a tanulók kreatív, piacorientált gondolkodását.

#### *Fejlesztési követelmények*

A tantárgy tanulása során fejlődjenek a tanulók szakmai gyakorlati tantárgyak tanulásához szükséges képességei, így különösen az önálló tapasztalatszerzés, a kreativitás, az ismeretek alkalmazási képessége.

A gyakorlati tevékenységek során maradéktalanul tartsák be a balesetmentes és biztonságos munkavégzés szabályait, fejlődjön munkabírásuk, kitartásuk.

A tantárgyi tevékenység során szokjanak hozzá a produktív munkavégzéshez.

Alakuljon ki a tanulóknál az önálló feladatmegoldás igénye, érezzék meg a sikerek értékét, örömeit.

A gyakorlati tevékenység végzése során folyamatosan erősödjenek a szakmai motiváció, váljon tudatos döntéssé a szakmaválasztás. Alkalmazzák a gyakorlati tevékenységek végzéséhez szükséges magatartási szabályokat, magatartásformákat.

A tanulók legyenek képesek ismertetni a vállalkozás beindításának feltételrendszerét, a vállalkozások kapcsolatrendszerét és annak jelentőségét, az árubeszerzés komplex folyamatát, a beszerzéshez kapcsolódó jogi, pénzügyi lehetőségeket, tárgyalástechnikai eszközöket, az értékesítési módokat, az értékesítést elősegítő eszközöket, a reklamációk bizonylatait, elintézésének módjait, a vállalkozások megszűnésének lehetőségeit, folyamatát, a környezetvédelemmel, a tűzvédelemmel kapcsolatos jogszabályokat, a kereskedelemben alkalmazott biztonságtechnikai feladatokat.

A tanulók értsék meg a pszichológiai alapfogalmak tartalmát, ismerjék fel a viselkedést motiváló tényezőket.

A tanulók tudjanak számlát, egyszerűsített számlát, árubevételezési jegyet kiállítani.

**11. évfolyam****Évi óraszám: 74 óra***Belépő tevékenységformák*

Önismereti tréning.

Az arculattervezés folyamata. Reklámakciók megszervezése.

Az álláskeresés technikája. Az üzleti élet szereplői közötti hierarchia (alá-, fölé-, mellérendeltségi viszonyok) és az üzleti élet különböző szereplőjéhez kapcsolódó szokások és szabályok gyakorlása szituációs játékok keretében.

A munkatársakkal és az üzleti partnerekkel való kapcsolattartás.

Munkaszervezési tevékenységek.

Munkavédelemmel és vagyónvédelemmel kapcsolatos magatartásformák.

Témakörök	Tartalmak
Önismereti elemek	Ismerd meg önmagad! (személyiség, jellem, vérmérséklet — viselkedés és magatartás — illem és modor — előnyös és hátrányos tulajdonságok). Én és a másik (rokonszenv és ellenszenv — nemek és korok közötti kapcsolatok — felelősség, eltérő jogok és kötelezettségek). A viselkedés meghatározói (a szükségletek és motiváció — érzékek, észlelések, a figyelem — énkép, érzékelés). Az üzleti életben lényeges tulajdonságok (kezdeményező-készség, kockázatvállalás, önuralom, türelem, személyes varázs). Szakmai önéletrajz.
A kereskedelmi vállalkozások jellemzői, alapításuk	A piacfelmérés folyamata (információgyűjtés, kínálat megismerése). A vállalkozás alapítása, indítása (jogi feltételek, pénzügyi, tárgyi, személyi feltételek, a vállalkozások kapcsolata a pénzügyekkel, az arculat kialakítása, reklámanyagok tervezése, készítése, üzleti terv).
Üzleti protokoll	Álláskeresési technikák (felvételi beszélgetések, munkába lépés, felmondás a protokoll szabályai szerint). Munkahelyi illemtan (beszédkultúra, beszédtemák, érkezés, távozás, ajándékozás, a kiszolgálás szabályai). Üzleti tárgyalás (a tárgyalás előkészítése, az ültetés rendje, a tárgyalás befejezése). Értekezletek előkészítése, lebonyolítása.
Hálózati munkavédelmi, vagyónvédelmi feladatok	Munkavédelmi előírások a kereskedelemben. Vagyonvédelmi eszközök.

*A továbbhaladás feltételei*

A tanulók ismerjék önmagukat, tudják hátrányos emberi magatartásukat korigálni és tudjanak az üzleti, valamint a magánélet szempontjából lényeges tulajdonságaikhoz alkalmazkodni.

A tanulók legyenek képesek ismertetni a vállalkozás beindításának feltételrendszerét, a vállalkozások kapcsolatrendszerét és annak jelentőségét, a munkavédelemmel és vagyónvédelemmel kapcsolatos jogszabályokat.

A tanulók értsék meg a pszichológiai alapfogalmak tartalmát, ismerjék fel a viselkedést motiváló tényezőket.

A tanulók legyenek képesek az álláskeresési technikák alkalmazására, az üzleti élet szereplői közötti hierarchia (alá-, fölé-, mellérendeltségi viszonyok) figyelembevételére és az üzleti élet különböző szereplőjéhez kapcsolódó szokások és szabályok betartására.

Tudják alkalmazni a munkatársakkal és az üzleti partnerekkel való kapcsolattartás szabályait.

Tudjanak felvételi beszélgetést lebonyolítani munkaadóként és munkavállalóként.

Tudjanak üzleti tárgyalást előkészíteni és megszervezni.

**12. évfolyam****Évi óraszám: 64 óra***Belépő tevékenységformák*

Komplex árubeszerzés végzése.

Számla, egyszerűsített számla, árubevételezési jegy kiállítása.

Reklamációk bizonylatainak kitöltése, lebonyolítása.

A környezetvédelemmel, a tűzvédelemmel kapcsolatos jogszabályok megismerése.

Témakörök	Tartalmak
A kereskedelmi vállalkozások működése, az áruforgalom szakaszai, az áruforgalmi tevékenységek megismerése, adminisztrációjuk gyakorlása	Beszerzés. A beszerzési források feltárásának marketingmódszerei (a szállítók nyilvántartása, vásárok, árubemutatók látogatása, ajánlatok kérése, hirdetések feldolgozása). A beszerzési kondíciók feldolgozása. Személyes és írásbeli kapcsolatok. Az áruk rendelése. Az áruátvétel bizonylatai, reklamációk intézése. Készletezés — árutárolás, jellegzetes károsodások, megelőzési módjuk, raktártechnológiák. Csomagolóanyagok, feliratok értelmezése, az áruk előkészítése. Értékesítés. Értékesítési módok, árubemutatók. Kereskedelmi szolgáltatások, eladásszövegű módszerek. Az akciók fajtái, szervezésük. Reklamációk elintézése, a fogyasztói érdekvédelem. Külső és belső PR.
A hálózati marketing-tevékenység megismerése	
A vállalkozások megszűnése	Az egyéni vállalkozások megszűnése. A társas vállalkozások megszűnésének lehetőségei.
Munkahelyi környezetvédelem, tűzvédelem, biztonságtechnika	Környezetvédelmi, tűzvédelmi, biztonságtechnikai jogszabályok és eszközök megismerése.

*A továbbhaladás feltételei*

A tanulók alkalmazzák a gyakorlati tevékenységek végzéséhez szükséges magatartási szabályokat, magatartásformákat.

A tanulók legyenek képesek ismertetni az árubeszerzés komplex folyamatát, a beszerzéshez kapcsolódó jogi, pénzügyi lehetőségeket, tárgyalástechnikai eszközöket, a beszerzéshez kapcsolódó szállítási kondíciók rendszerét.

Adminisztrációs, pénzügyi teendőket el tudjanak látni.

Legyenek képesek üzletfeleikkel folyamatosan kapcsolatot tartani.

Tudják bemutatni a tárolás, anyagmozgatás fő szabályait, az áruátvétel módjait.

Legyenek képesek jellemezni az értékesítési módokat, az értékesítést elősegítő eszközöket.

Tudjanak számlát, egyszerűsített számlát, árubevételezési jegyet kiállítani.

Ismerjék fel a reklamációk bizonylatait.

Legyenek képesek ismertetni a vállalkozások megszűnésének lehetőségeit, folyamatát.

A tanulók a gyakorlat során tartsák be a környezetvédelemmel, a tűzvédelemmel kapcsolatos jogszabályokat és a kereskedelemben alkalmazott biztonságtechnikai előírásokat.