|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tantárgy** neve: **Minőségmenedzsment és marketing** | | **Kreditértéke: 3** |
| A tantárgy **besorolása**: **kötelező** | | |
| **A tantárgy elméleti vagy gyakorlati jellegének mértéke, „képzési karaktere”**: **30/70** (elm./gyak.) | | |
| A **tanóra típusa**: **szem.** és **óraszáma**: **28** az adott **félévben**,  Az adott ismeret átadásában alkalmazandó **további** (*sajátos*) **módok, jellemzők** *(ha vannak)*: **esetismertetések, szerepjáték**. | | |
| A **számonkérés** módja: **gyj.**  Az ismeretellenőrzésben alkalmazandó **további** (*sajátos*) **módok** *(ha vannak)***: évközi beszámoló**. | | |
| A tantárgy **tantervi helye** (hányadik félév): **3.** | | |
| Előtanulmányi feltételek *(ha vannak)*: | | |
| **Tantárgy-leírás**: az elsajátítandó **ismeretanyag tömör, ugyanakkor informáló leírása** | | |
| A tárgy keretében sor kerül a menedzsment és minőségmenedzsment és a marketing fogalmainak tisztázására, a könyvtári minőségirányítás magyarországi fejlődésének bemutatására. Célja, hogy a hallgatók korszerű ismereteket szerezzenek a stratégiai menedzsment folyamatáról, a folyamatmenedzsment, szolgáltatásmenedzsment és a marketing menedzsment elemeiről. Szerezzenek megfelelő ismereteket a szervezettípusokról és célokról. Ismerjék meg a könyvtári minőségbiztosítás elveit (Minősített Könyvtár, Könyvtári Minőségi Díj). Kapjanak megfelelő ismereteket a TQM elveiről és gyakorlatáról. Ismerjék meg a marketing kutatás lépéseit és módszerét: a mintavételi típusokat. Legyen megfelelő tájékozottságuk a marketing kommunikáció eszközeiről. | | |
| A **2-5** legfontosabb *kötelező,* illetve *ajánlott***irodalom** (jegyzet, tankönyv) felsorolása bibliográfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, (esetleg oldalak), ISBN) | | |
| * Farkas Ferenc: A menedzsment alapjai. Pécs, PTE KTK, 2007. ISBN: 978 963 642 177 9 * Skaliczki Judit, Zalainé Kovács Éva: A minőség értékelése a könyvtárban és az információ szolgáltatásban. Veszprém: Pannon Egyetemi Kiadó, 2008. ISBN: 963 9220 70 1 * Veres Zoltán: A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2009. ISBN: 978 963 05 8670 2 * Sohajdáné Bajnok Katalin: Szolgáltatásmenedzsment a könyvtárban. Budapest: OSZK Könyvtári Intézet, 2011. ISBN: 978-963-201-639-9 * Polónyi István: Minőségmenedzsment alapjai. Debrecen: DUPress, 2007. | | |
| Azoknak az **előírt** s**zakmai kompetenciáknak, kompetencia-elemeknek** *(tudás, képesség* stb., *KKK* ***7.*** *pont*) a felsorolása, **amelyek kialakításához a tantárgy jellemzően, érdemben hozzájárul** | | |
| 1. **tudása**   A hallgató megismeri a könyvtári szakterület működését befolyásoló társadalmi, gazdasági, technológiai folyamatok legfontosabb tényezőit. Megfelelő ismerettel rendelkezik a könyvtári minőségirányítás és marketing eszközeiről. Alapos ismeretekkel fog rendelkezni a problémamegoldási technikák és a konfliktuskezelés területén.  **b) képességei**  A hallgató képes lesz alkalmazni a gyakorlatban a minőségirányítás és marketing eszközeit. Képes lesz az összefüggéseket megérteni, reális döntéseket hozni és előremutató javaslatokat tenni. Képes az elsajátított problémamegoldó technikák hatékony és adekvát alkalmazására a könyvtári konfliktuskezelés területén, a használókkal és más partnerekkel való kommunikációban.  **c) attitűdje**  Elfogadja a könyvtárakban általánossá váló minőségszemléletet, az ezzel járó feladatokat. Megfelelő minőségtudattal rendelkezik, és proaktív részese kíván lenni a szolgáltatások jó minőségét garantáló minőségi láncnak. Együttműködési készséggel, empátiával fordul a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok felé, és azonosul a könyvtárak szerepvállalásával a társadalmi esélyegyenlőtlenségek mérséklésében.  **d) autonómiája és felelőssége**  Erős érdekérvényesítésre képes a projektek sikeres végrehajtása érdekében. | | |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**: Eszenyiné dr. Borbély Mária, adjunktus, PhD** | | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k),** ha van(nak)(*név, beosztás, tud. fokozat*)**:** | | |
| **Tanmenet: INBKM0317-17 Minőségmenedzsment és marketing** | | |
| 1. hét | A kulturális szféra jellemzői, működését befolyásoló tényezők (gazdasági, társadalmi, technológiai) | |
| 2. hét | Menedzsment, minőségmenedzsment, marketing alapfogalmai, legfontosabb elméletek | |
| 3. hét | A stratégiai menedzsment folyamata. Stratégiai tervezés. Helyzetkép készítése (PGTTJ, SWOT) | |
| 4. hét | Küldetésnyilatkozatok tartalma. Legfontosabb szervezeti értékek, szervezeti kultúrák. | |
| 5. hét | Szervezeti formák, dinamikus és tanuló szervezetek. | |
| 6. hét | Célkitűzés, tervezés, szervezés. Működési rendek a magyar könyvtárakban. | |
| 7. hét | Folyamatközpontúság. Folyamatok rendszere, folyamatgazdák, folyamatábrák. | |
| 8. hét | Szervezés és vezetés: emberi erőforrás menedzsment. Szakmai kompetenciák. Képzés, továbbképzés, motiváció szerepe. | |
| 9. hét | Minőségirányítás. A különböző minőségirányítási rendszerek. A nyilvános könyvtárak minőségirányítási feladatai. | |
| 10. hét | Minőségügy dokumentálása: alapdokumentumok. A szabályozás, az előíró és igazoló dokumentumok. | |
| 11. hét | A teljesítménymérés területei, eszközei és gyakorlati alkalmazása | |
| 12. hét | Partnerközpontúság: a partnerek azonosítása és rangsorolása. Marketing kutatás. | |
| 13. hét | A szolgáltatás marketing eszközei, gyakorlata. | |
| 14. hét | Benchmarking, jó gyakorlatok elemzése. | |