Hírek

Vendégtanárok

A Babeş-Bolyai Tudományegyetem Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karán májusban a következő vendégtanárok tartottak előadást: dr. Simon András, dr. Száz János, dr. Berács József (Budapesti Corvinus Egyetem); dr. Szintay István dr. Heidrich Balázs, Győrffy Ildikó (Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar); dr. Borgulya István, dr. Bessenyei István (Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar).

***

Négy magyar mesteri program a BBTE Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Karán. A **2009/2010-es tanévben a magyar tagozaton** három mesteri képzés indul nappalin és egy távoktatáson.

1. Marketing stratégiák és politikák

A *Marketing Stratégiák és Politikák* magiszteri képzést a 2008/2009-es egyetemi évtől indítottuk, az azelőtti tanévben kezdeményezett *Termékmarketing* megnevezésű magiszteri képzés folytatásaként. A jelenlegi mesteri, Románia szinten egyedülálló magyar-román nyelvű marketing témájú magiszteri oktatást biztosít.

A program **célja** olyan szakemberek képzése, akik üzleti vagy nonprofit szférában marketing vagy értékesítési feladatokat töltenek be, akiknek a marketingstratégia kialakítása és menedzselése alapvető kompetenciáik közé kell hogy tartozzon. A nálunk képzett szakemberek képesek lesznek a valós üzleti környezetet elemezni, a piaci lehetőségeket felismerni, az ehhez szóló kínálatot kialakítani és eljuttatni az érdekeltekhez, vásárlókhoz, fogyasztókhoz.

A program **mindazoknak** a gazdasági és nem gazdasági végzettséggel rendelkezőknek **szól**, akik szeretnék elsajátítani a termék- és szolgáltatástervezés, a reklám és promóciós tevékenység, valamint a megújulás és piacon maradás kreatív eszközeit és eljárásait. A program és maga a marketing területe interdiszciplináris jellegéből fakadóan várjuk azokat a diákokat is, akik nem kimondottan gazdasági oklevéllel rendelkeznek

A román és magyar nyelvű oktatás biztosítja a marketing szaknyelv elsajátítását mindkét nyelven.

A külföldi ösztöndíjak lehetőséget kínálnak más európai egyetemek oktatási rendszerének a betekintésébe is.

A koordinátor neve és elérhetősége:
Dr. Vorzsák Álmos egyetemi tanár
Alt Mónika Anetta egyetemi tanársegéd
E-mail: monika.alt@econ.ubbcluj.ro, tel: 0264 418652
Az államilag támogatott helyek száma 25.
Felvételi kritériumok:

- 25% súllyal a tanulmányi évek átlaga,
- 25% súllyal a licenszvizsga átlaga szerepel,
- 50%-ot képez egy írásbeli teszt Fogyasztói magatartás és Marketingpolitikák témakörökből,
- Alapkövetelmény egy idegen nyelv oklevéllel igazolt középfokú ismerete és a magyar nyelvismeret.

2. Projektmenedzsment és projektértékelés

Célunk olyan szakemberek képzése, akik rendelkeznek a projektek menedzseléséhez és értékeléséhez szükséges ismeretekkel és képességekkel. A képzés elvégzése után hallgatóink a munkapiacon nélkülözhetetlen kompetenciákat, az általános mellett specifikus szaktudást és kellő gyakorlati készséget is birtokolnak. A projektmenedzsment és projektértékelés szakon végzettek olyan területeken nyerhetnek majd alkalmazást, mint például régió- és vidékfejlesztés, pályázatírás és projektmenedzselés. Képzettségük lehetővé teszi számukra azt , hogy vállalkozásokban, közszférában és civil szervezetekben is sikerrel helyt álljanak.

A Projektmenedzsment és projektértékelés **mesteri képzés mindazoknak szól**, akik szeretnének a munkapiac számos területén hasznosítható gyakorlati tudáshoz jutni.

A koordinátor neve és elérhetősége:
Dr. Pete István egyetemi docens (a mesteri program vezetője)
Dr. Horváth Réka egyetemi adjunktus (kapcsolattartó)
E-mail: reka.horvath@econ.ubbcluj.ro
Telefon: 0264-418652/5888
Az államilag támogatott helyek száma 25
Felvételi kritériumok:

- egyetemi (licensz, BsC) oklevél vagy igazolás
- a beiratkozáshoz nyelvvizsga– igazolvány szükséges (angol, francia, német, olasz, spanyol).
- a felvételi jegy összetétele:
  - 40% a licensz vizsga átlaga (számtani középarányos a licensz vizsga és az egyetemi évek átlaga között).

- 60% írásbeli vizsga magyarul, menedzsment tárgyból, a megadott tematika alapján.

3. Vállalati pénzügyi menedzsment

Korunk turbulens pénzügyi világában kiemelkedően fontos, hogy alapos ismeretekkel rendelkező, higgadt pénzügyi szakembereket képezzünk mind a vállalati, mind a makrogazdasági szféra számára. A vállalati pénzügyi menedzsment mesterképzés ezt a **célt** hivatott szolgálni olyan tantárgyak tanulmányozása keretében, amelyek egyrészt a konkrét vállalati pénzügyi döntések korrekt megalapozására készítik fel a hallgatókat, másrészt azokkal a módszertani eszközökkel látják el a hallgatókat, amelyek nélkülözhetetlenek a vállalatok mindennapi pénzügyi menedzsmentjében és hosszú távú stratégiai pénzügyi döntéseiben.

A mesteri programot elsősorban olyan jelölteknek **ajánljuk**, akik, bár más területen szereztek egyetemi végzettséget, de érdeklődnek a pénzügyi szféra iránt, vagy akik szeretnék elmélyíteni pénzügytani és kifejezetten vállalati pénzügyi ismereteiket, és akik rendelkeznek matematikai-statisztikai alapokkal a módszertani eszköztár feldolgozásához.

A koordinátor neve és elérhetősége:

Dr. Nagy Ágnes egyetemi docens

E-mail: agnesnagybnr@yahoo.com

Dr. Nagy Bálint Zsolt egyetemi adjunktus

E-mail: balint.nagy@econ.ubbcluj.ro, tel: 0264 418652

Az államilag támogatott helyek száma 25.

Felvételi kritériumok:

- egyetemi (licensz, BsC) oklevél vagy igazolás,
- idegennyelvtudást igazoló oklevél (Lingua, Alpha, Cambridge),
- 50% általános tanulmányi átlag (a szakdolgozat és az egyetemi tanulmányi évek tanulmányi átlagának egyszerű számtani átlaga),
- 50% magyar nyelven írt írásbeli vizsga a következő tudományterületek témájából: Vállalati pénzügyek, Közvetlen működőtőke beruházások.

4. Üzletfejlesztési Menedzsment - távoktatás

A **program célja** olyan szakemberek képzése, akik a dinamikusan változó piaci környezetben képesek munkájukkal a vállalatok versenyképességének fejlesztéséhez vezetőként vagy a vállalat teljes működési rendszerét egészében átlátó és szem előtt tartó közgazdászként hozzájárulni. A képzés során a hallgatók olyan ismereteket és képességeket sajátíthatnak el, amelyek lehetővé teszik a saját és más vállalatok, illetve az egyes funkcionális egységek vezetése során a megfelelő

döntések meghozatalát. A magyar képzési nyelv mellett több tantárgy a képzés román nyelvű változatával (MDA - Managementul Dezvoltării Afacerilor) lesz együtt megtartva. A képzés a magyar-román nyelvű menedzsment mesteri képzés iránt érdeklődők igényére válaszol elsősorban, de mindazok figyelmébe is ajánljuk, akiknek egyéni helyzete (lakhelye, munkahelye, más képzése stb.) nem teszi lehetővé vagy indokolttá számára a nappalis képzésben való részvételt.

Az államilag támogatott helyek száma: 0.

A koordinátor neve és elérhetősége: Györfy Lehel
lehelgy@yahoo.co.uk, lehel.gyorfy@econ.ubbcluj.ro

Felvételi kritériumok:
Felvétel a beiratkozáshoz szükséges iratokat tartalmazó dosszié alapján.

Általános információk

Az írásbeli vizsgák tematikája megtalálható a Kar honlapján: www.econ.ubbcluj.ro oferta educațională linia maghiară mesteri képzés útvonalon.

A beiratkozáshoz szükséges iratok, egy borítékos dossziéban elhelyezve:

- eredeti licenszdiploma, vagy ezzel egyenértékű igazolás
- eredeti egyetemi anyakönyvi kivonat (foaia matricolă)
- születési bizonyítvány hitelesített másolata
- házassági bizonyítvány szimpla másolata, akinek esedékes
- személyi igazolvány szimpla másolata
- 3 db. színes, 3x4-es fénykép
- beiratkozási díj kifizetését igazoló nyugta (150 lej)
- a Lingua Központ által kiadott, vagy elismert eredeti nyelvvizsga– igazolás és annak egyszerű másolata

A mesteri felvételi ütemterve

	Tevékenység	**Periódus**
1	Beiratkozás	szept. 7-12.
2	Felvételi vizsgák	szept. 14-15.
3	Eredményhirdetés	szept. 18.
4	Az elfoglalt helyek visszaigazolása	szept. 21-22.
5	A vissza nem igazolt helyek újraosztása	szept. 22.
6	Az elfoglalt helyek visszaigazolása az újraosztás után	szept. 23.
7	Végleges eredményhirdetés	szept. 23.

Rezumate

Percepția consumatorilor față de comercianți

ANETTA MÓNIKA ALT– DAN CRISTIAN DABIJA – IOANA N. ABRUDAN

Retailul din România a cunoscut o puternică dezvoltare în ultimii ani; pe de o parte se observă un fenomen tot mai accentuat de concentrare a comercianților autohtoni, pe de altă parte însă o expansiune susținută atât a acestora, cât mai ales a marilor grupuri comerciale europene (Rewe, Metro, Schwarz). Totodată lanțurile comerciale (retail chains) „atacă" consumatorul român prin diferite formate noi de magazine, ceea ce îi îngreunează acestuia într-o anumită măsură percepția.

Astfel, problematica studierii modului în care consumatorii percep aceste magazine este una nu tocmai uşoară, după cum indică şi alte studii similare. O modalitate este cea a utilizării mixului de marketing comercial politica sortimentală, a mărcilor proprii, a prețului, a comunicației, a locației magazinului, respectiv servirea clientelei. Articolul de față încearcă să surprindă exact aceste aspecte prin evidențierea diferențelor, dar şi a punctelor comune în percepția consumatorilor față de retaileri.

Cuvinte cheie: comerț cu amănuntul, marketing mix.

***

Teoria şi modelele dezvoltării regionale. Dezvoltare policentrică

LÁSZLÓ BORBÉLY

În acest studiu autorul ne propune într-o primă fază analiza spațiului, a teritoriului, ca subiect dar şi suport al dezvoltării economice, urmând ca, în a doua fază, să descrie analiza dezvoltării regionale din punct de vedere al conceptului de dezvoltare policentrică axată pe teoria polilor de creştere.

Cuvinte cheie:dezvoltare economică, dezvoltare policentrică, poli de ceştere

***

Managementul crizei din punctul de vedere al managementului resurselor umane şi a managementului cunoaşterii

PÉTER FODOR – JÓZSEF POÓR

După părerea lui Ervin László (2008), membru maghiar al Clubului de la Roma, criza este un fenomen natural al societății umane. Criza actuală diferă mult de cele anterioare. S-a răspândit foarte repede în toate țările lumii şi - spune László - suntem foarte aproape de o prăbuşire globală. Aceasta este prima criză într-adevăr globală. Studiul de față are ca scop identificarea acțiunilor planificate de firmele din Ungaria în domeniul managementului resurselor umane şi managementului cunoaşterii, în condițiile crizei financiare şi economice. În prima parte a lucrării demonstrăm, printr-o scurtă trecere în revistă a literaturii de specialitate, rolul cunoaşterii şi al capitalului uman în perioada de depresie, după care prezentăm rezultatele unei cercetări empirice realizate perioada noiembrie 2008 - februarie 2009.

Cuvinte cheie: criza globală, managementul cunoaşterii, managementul resurselor umane.

***

Analiza rețelei de transport cu ajutorul unor date statistice din regiunea Ungariei de Nord

ILDIKÓ GYŐRFFY

Bazat pe literatura de specialitate şi pe referințele pe tema dezvoltării regionale, se poate spune că standardele de calitate a rețelelor de transport se află în strânsă legătură cu economia regiunii repective. Facilitarea mobilității este o condiție pentru creşterea productivității. Îmbunătățirea şi dezvoltarea infrastructurii de transport aduce cu sine prosperitate. Infrastructura poate afecta fluxurile de capital intern şi extern - cum de altfel şi dezvoltarea economică poate intensifica dezvoltarea acestor rețele. Rețeaua de transport contribuie şi la intesificarea relațiilor interregionale, aşadar dezvoltarea acesteia a devenit treptat un obiectiv semnificativ.

Lucrarea prelucrează date statistice şi descrie poziția infrastructurală a rețelelor de transport din regiunea de nord a Ungariei şi posibilele efecte ale acestora. Dezvoltarea drumurilor regionale ar fi necesară pentru îmbunătățirea potențialului competitiv şi pentru facilitarea dezvoltării proceselor economice. Factorii economici, sociali şi instituționali trebuie să aivă legături interne şi exerne satisfăcătoare.

Cuvinte cheie: infrastructură, dezvoltare regională, disponibilitate, rețea de drumuri, teoria locației.

Abstracts

The consumers' perception towards retailers

ANETTA MÓNIKA ALT-- DAN CRISTIAN DABIJA– IOANA N. ABRUDAN

Romanian retailing activity has undergone a great development within past years; on one hand there may be noticed a more and more pronounced concentration phenomenon of Romanian retailers, while, on the other hand a sustained expansion of these and especially of the large European retail chains (Rewe, Metro, Schwarz). Meanwhile, retail chains „target" Romanian consumer through different and new store formats, thus hardening its perception to a certain extent.

Therefore, the problem of studying the way consumers perceive these stores is not an easy one, as some similar studies indicate as well. One modality is that of using retail marketing mix - assortment, brands, price, communication, store location, ambiance, physical facilities and customer service policies. The present article tries to grasp these aspects by underlining differences and common aspects in consumers' perceptions towards retailers.

Key words: retailing, marketing mix**.**

***

The theory and the models of regional development. Policentric development

LÁSZLÓ BORBÉLY

The author of this study proposes in a first phase, an analysis of space, of territory as both subject and support of economic development. In the second phase the analysis of regional development is described from the angle of polycentric development, focused on the growth pole theory.

Keywords: economic development, policentrical development, growth centers**.**

***

Crisis management from the point of view of human resources- and knowledge management

PÉTER FODOR – JÓZSEF POÓR

According to Ervin László (2008), a Hungarian member of the Club of Rome, crisis is a natural phenomenon in human society. The present crisis is very different from the previous ones. It has spread very fast to all countries of the world and he says we are very close to global collapse. This is the first real global crisis. Our study aims to find out what actions Hungarian companies plan to take concerning the field of human resource management and knowledge management therewith, in the present financial and economic crisis. With brief review of the literature we demonstrate the role of knowledge and human capital in the period of depression. Then we present the findings of our empirical research conducted from November 2008 to February 2009.

Keywords: global crisis, knowledge management, human resource management.

***

Analysis of the transport network with statistical data in the North-Hungarian region

ILDIKÓ GYŐRFFY

It is well established according to several literature and references in the topic of the regional development that the quality standards of the transport networks are in a strong connection with the economic situation of an area. The increasing mobility is a precondition for increased productivity, growth and improvements in transport may in themselves promote growth. The infrastructural position is able to affect on the internal and external capital flows, as the economic growth can assist the expansion of the networks. The transport system can also have an effect on the intensification of the regional connections, therefore its development increasingly become an important purpose.

In the study I described the infrastructural position of the North-Hungarian transport networks according to statistical data, and their possible effects. To streamline and enlarge the regional road infrastructure would be necessary to improve our competitive potentials and also to assist and increase the economic development processes. Their economic, social and institutional terms have to possess satisfactory internal and external connections.

Keywords: infrastructure, regional development, availability, road network, location theory.