



## **Projektfeladat témakörök**

(Frissítve: 2022.05.16.)

---

### **DR. HABIL. DÁVID LÓRÁNT DÉNES**

- 1. Globalizáció és turizmus – tendenciák a nemzetközi turizmusban**
- 2. Turisztikai kereslet-kínálat analízis egy választott településen vagy régióban**
- 3. Ökoturizmus egy választott régióban**
- 4. Turisztikai fejlesztési lehetőségek egy választott desztinációban**
- 5. A turizmus környezeti hatásai**
- 6. Turizmus és fenntartható fejlődés**

### **DR. JUHÁSZ ZITA**

#### **Projektfeladat I.**

Konkrét vállalkozás bemutatása, helyzetének, jellemzőinek felmérése, szerepe a nemzetgazdaságban, ill. regionális szinten, ágazati jellemzői. A vállalatra vonatkozó mutatók számítása, beszámolóból, illetve hozzáférés esetén más adatforrásból. Következtetések levonása. A projektfeladat szintjén az elemzésnek nem kell teljes körűnek lennie.

A feladat egy dolgozat és prezentáció készítése. A témához először vázlat, majd kutatási koncepció, időterv készül. A megbeszélte tartalmi és formai követelményeknek megfelelő tanulmány bemutatásához prezentációt kell készíteni.

#### **Projektfeladat II.**

Konkrét vállalkozás pénzügyi tervének elkészítése táblázat- ill. adatbáziskezelő szoftverrel támogatva. Vagy: számszerű a számszerű eredmények alátámasztása kutatással (interjú, kérdőív, megfigyelés, eseteírás). Valamely matematikai-statisztikai módszer felhasználása is javasolt az elemzés során.

A feladat a korábban tanult elemzési eszközök továbbgondolása, a területekhez kapcsolódó módszertani többlet elsajátításával.

A projektfeladat I-hez képest arányaiban kevesebb szakirodalomfeldolgozást, több gyakorlatias, elemző és javaslattevő szempontot tartalmaz. A hosszabb, írásos tanulmány helyett az elkészített táblák konzisztens rendszere az értékelés alapja, de rövid összefoglaló írás készül a munkáról és a tapasztalatokról. A hallgató prezentációt is készít munkája bemutatásához.

## **DR. HOLLÓSY ZSOLT**

A vállalati gazdaságtan, kereskedelemtan, külkereskedelemtan tárgyak témaköreihez, valamint a meghirdetett szakdolgozati témakörökhöz kapcsolódó egyénileg egyeztetett projektfeladatok.

## **DR. HABIL. KOVÁCS LÁSZLÓ**

### **Márkamenedzsment**

Projektfeladat 1 és 2 során is a feladatok közül egy választandó!

#### **Projektfeladat 1.**

a) A zöld / fenntartható marketing kiválasztott aspektusainak elemzése

– A zöld marketing egy kiválasztott aspektusának vizsgálata

Például, de nem kizárólag: zöld termékfejlesztés, zöld csomagolás, zöld márkaépítés, zöld társadalmi reklámok, fogyasztói magatartás zöld / fenntartható aspektusai, regionális termékek, zöldremosás jelensége.

b) Márkázás és kultúra összefüggései

– Egy konkrét termékkategória márkaneveinek (pl. kozmetikai márkák, sörmárkák, bormárkák stb. elemzése szegmensenként, két országban stb.) összevetése adott szempontrendszer alapján.

– Kiválasztott márkák szlogenjeinek elemzése megadott módszer szerint.

vagy

– Kiválasztott turisztikai desztinációk (hazai és/vagy külföldi) szlogenjeinek elemzése megadott módszer szerint.

c) Komplex asszociációs vizsgálatok végzése márkák vagy desztinációk esetében

– Egy kiválasztott termékkategória márkáinak elemzése megadott módszer szerint, márkaasszociációs vizsgálatokkal.

vagy

– Egy turisztikai desztináció elméleti (kognitív) képének elemzése asszociációk segítségével.

#### **Projektfeladat 2.**

1) A Projektfeladat 1 tárgy során megkezdett projektfeladat folytatása, pl. a kutatási irányba újabb aspektusok beemelése, további elemzések és/vagy vizsgálatok elvégzése stb. (feladatmeghatározás egyéni egyeztetéssel a Projekt 1 eredményeinek fényében)

vagy

2) Új téma választása a fentiek közül, azaz:

a) A zöld / fenntartható marketing kiválasztott aspektusainak elemzése

– A zöld marketing egy kiválasztott aspektusának vizsgálata  
Például, de nem kizárólag: zöld termékfejlesztés, zöld csomagolás, zöld márkaépítés, zöld társadalmi reklámok fogyasztói magatartás, zöld / fenntartható aspektusai, regionális termékek, zöldremosás jelensége.

b) Márkázás és kultúra összefüggései

– Egy konkrét termékkategória márkaneveinek (pl. kozmetikai márkák, sörmárkák, bormárkák stb. elemzése szegmensenként, két országban stb.) összevetése adott szempontrendszer alapján.

– Kiválasztott márkák szlogenjeinek elemzése megadott módszer szerint.

vagy

– Kiválasztott turisztikai desztinációk (hazai és/vagy külföldi) szlogenjeinek elemzése megadott módszer szerint.

c) Komplex asszociációs vizsgálatok végzése márkák vagy desztinációk esetében

– Egy kiválasztott termékkategória márkáinak elemzése megadott módszer szerint, márkaasszociációs vizsgálatokkal.

vagy

– Egy turisztikai desztináció elméleti (kognitív) képének elemzése asszociációk segítségével.

## **PATÓ GÁBORNÉ DR. HABIL. SZÚCS BEÁTA**

### **1. Korszerű logisztikai rendszerek vizsgálata**

Az ellátási láncok zökkenőmentes működése a gazdasági élete mozgató rugója. Ennek alapja a jól szervezett vállalati logisztikai rendszer.

A projekt célja feltérképezni egy működő vállalat logisztikai rendszerét, bemutatva a beszerzés, raktározás, anyaggyártás, elosztási logisztika valamint az inverz logisztika legfontosabb elemit.

### **2. A konténerizált forgalom /szállítási módok vizsgálata Magyarországon**

Napjainkban a konténeres szállítványozás egyre nagyobb jelentőséggel bír világszerte és hazánk külkereskedelmében is. A globalizáció hatására a cégek piaca kibővült, termékeiket multimodális szállítási módok segítségével importálják, illetve exportálják akár más kontinensekre is.

A projektfeladat célja, feltérképezni a hazai konténerforgalmat/szállítási módokat, annak mértékét, irányultságát, stb.... A kapott információkból pedig, következtetések vonhatók le a hazánkban zajló konténeres áruszállításra vonatkozóan.

### **3. Munkaköri leírások szerkezeti és tartalmi sémájának vizsgálata**

A munkaköri leírások fontos szervezési-vezetési dokumentumok egy szervezet életében. Azonban a küldetését csak abban az esetben tudja betölteni, ha jól strukturáltan, megfelelő

tartalommal kerül kidolgozásra.

A projektfeladat célja, feltárni, és összefoglalni a gyakorlatban alkalmazott munkaköri leírások szerkezeti elemeit, amelyek jelentős mértékben meghatározzák a munkaköri leírások használhatóságát.

Továbbá a projektfeladat célja, - gyakorlati eredményként az empirikus eredmények által, - ajánlások, javaslatokat kidolgozása egy jól használható munkaköri leírásra.

#### **4. Kompetenciák vizsgálata**

Napjainkra egyre fontosabbá válik a szakmai tudás mellett a kompetenciák jelenléte. Kiváltképp, ha az Ipar 4.0, vagy a COVID okozta változásokra gondolunk. A projektfeladat célja, megvizsgálni és feltárni, hogy mely kompetenciák iránti igény erősödött (pl. adott szektorra, hierarchikus szintre, funkcionális területre, stb... vonatkozóan) leginkább, E téma vizsgálatával célunk, olyan következtetéseket levonása, amelyek később hasznosíthatóak lesznek akár a gazdasági szereplők számára is.

## **SZÉKELY KLÁRA**

### **1. Kutatásmódszertan tárgyhoz köthetően: egy szabadon választott témájú marketingkutatás.**

- kiemelt témának számít a turizmushoz köthető marketingtevékenység (desztináció, attrakció, szálloda, fürdő, szolgáltatások)
- városmarketing (egy kiválasztott város számára marketingterv készítése)

### **2. Üzleti kommunikáció tárgyhoz köthetően: egy adott vállalat totális kommunikációs rendszerének elemzése adott időszak alatt.**

- a feladat teljesítése során a fókuszba kell helyezni a vizsgált vállalat sajátosságait, alkalmazott kommunikációs eszközeit.

### **3. Gazdaságtörténet tárgyhoz kötődően: szabadon választott gazdasági korszak, gazdasági jelenség, gazdaságtörténeti esemény elemzése tanulmány formájában.**

- speciális gazdaságtörténeti események (válságok, koncentrált fejlesztések, lokális fejlesztések) elemző – értékelő feltárása.

## **SZŐKE VIKTÓRIA**

### **1. A globális problémák és a fenntartható fejlődés gazdasági és társadalmi kontextusai**

A témakör magában foglalja például a fenntartható gazdaság elméleti alapjainak vizsgálatát (pl. agrárrendszerek, kereskedelem, stb.) vagy a környezetszennyezés hatásainak elemzését vagy a társadalmi felelősségvállalás kérdéseit (pl. Fair Trade, zöld vállalatok) vagy a megújuló energiák lehetőségeinek és kihívásainak elemzését.

## **2. Körforgásos gazdaság**

A témakör magában foglalja például a körforgásos gazdasági modell jellemzőinek vizsgálatát (kihívások, megoldások) vagy a körkörösség gyakorlati megvalósításának egyes kérdéseit (mint például a hulladékok keletkezésével kapcsolatos vizsgálatokat), illetve körkörösséggel kapcsolatos cselekvési tervek, valamint együttműködési lehetőségek elemzését.

## **DR. ZIEGLER ZSOLT**

### **1. Kognitív disszonancia az attitűdök megváltoztatására: egy részben online marketing kutatás**

A projektmunka célja, hogy a hallgató alkalmazza a kognitív disszonancia pszichológiai jelenségét a hallgató által választott fókuszcsoporthoz tartozó attitűdjeinek a megváltoztatására.

(Például: húsfogyasztás vs. vegetarizmus, táplálékkiegészítő szeretek fogyasztása vs. nem fogyasztása, dohányzás vs. nem dohányzás.) A választott attitűd kognitív és konnatív dimenziója gazdasági reprezentációval is kell bírjon.

A hallgató első lépésként (i) elmélyed a disszonancia jelenséget leíró legrecensebb irodalomban. Ezt követően a hallgató (ii) létrehoz egy fókusz csoportot, majd (iii) felméri a csoport vizsgált attitűdjét. Majd az irodalom ismeretében és a választott attitűd természetével összhangban online és prezentációs marketing tervet (iv) készít. A hallgató a választott attitűd intenzitását és irányát megváltoztató prezentációt (v) készít a kognitív disszonancia elméletét felhasználva, melyet (vi) előad a fókuszcsoporthoz. Ezután következik az inkubációs szakasz, melyben a hallgató online platformon a kialakított vagy manipulált attitűdnek megfelelő befolyásolási aktusokat (vii) hajt végre kognitív disszonancia elméletét felhasználva és az ezekre adott reakciókat (viii) monitorozza. Végül (ez a kezdeti attitűd felmérést követő bő egy hónappal történik) (ix) felméri újra a fókuszcsoporthoz tartozó attitűdjét ugyanazzal a teszttel, mint (iii) esetében. Utolsó lépésként (x) levonja a kutatás konzekvenciáit.

Kulcsszavak: online marketing, kognitív pszichológia, kognitív disszonancia, attitűd változtatás

### **2. Konzekvens használata egy heurisztikának egy adott döntési helyzet tekintetben: pozitív kifizetéssel jár-e ha tartjuk magunkat előre rögzített döntési szabályainkhoz?**

A projektmunka célja, hogy a hallgató felmérje egy a hallgató által létrehozott fókuszcsoporthurisztikus és szisztematikus döntéshozatalát és megvizsgálja adhat-e olyan döntéselőkészítési eszközöket, melyek heurisztikus jellegük ellenére pozitív hasznosságot eredményeznek. (Például: ruházati termékek vásárlása, élelmiszerek vásárlása, dohánytermékek vásárlása, tech. eszközök vásárlása.)

A hallgató első lépésként (i) elmélyed a korlátozott racionalitás jelenséget leíró legrecensebb irodalomban. Ezt követően a hallgató (ii) létrehoz egy fókusz csoportot, majd (iii) felméri a csoport egy bizonyos gazdasági típusú döntéshozási stratégiáit. A csoport tagjai önbevallásos teszt segítségével (iv) nyilatkoznak a választott döntési helyzetből következő költségekről. Majd az irodalom ismeretében és a csoport döntéshozási stratégiáira való tekintettel a hallgató

(v) bemutat a csoportnak 3-5 döntési heurisztikát, melyet a csoport tagjainak konzekvensen használniuk kell minden megfelelő helyzetben a következő bő egy hónapban. Ezután következik a fókusz csoport igyekszik döntéseikor a kapott heurisztikákat (vi) használni, melyet ideális esetben (vii) naplóz is.

Végül (ez a kezdeti felmérést követő bő egy hónappal) a hallgató (viii) összegzi a kapott benyomásokat és (ix) felméri döntési helyzetekből származó költségeket. Utolsó lépésként (x) levonja a megfelelő konzekvenciákat, hogy a csoport pozitív hasznosságot nyert-e a konzekvens heurisztika használattal egy adott döntési helyzet tekintetben.

Kulcsszavak: döntés elmélet, korlátozott racionalitás, szisztematikus és heurisztikus döntéshozatal, hasznosság

## **DR. VARGA IMRE**

- 1. Vállalkozások gazdasági elemzése. Vagyoni, pénzügyi, és jövedelmezőségi mutatók vizsgálata.**
- 2. A számvitel fejlődési irányai. A vagyon értékelésének módszertana és annak időbeni változásai.**