

Záróvizsga tételsor, kereskedelem és marketing BA

ELTE TáTK, Savaria Gazdálkodástudományi Tanszék

A) Közgazdaságtani, módszertani és üzleti ismeretek

- 1) A fogyasztói döntéseket meghatározó tényezők: Fogyasztói kereslet és kínálat összetevői. A piaci egyensúly értelmezése. A piaci árak és a jövedelem (nominál- és reáljövedelem) meghatározó szerepe.
- 2) A vállalati döntéseket befolyásoló tényezők: A termelési költségek és profitok megjelenési formáinak mikroökonómiai értelmezése. A vállalatok piaci magatartási formái és azok magyarázata (profitmaximalizálás, fedezeti pont, veszteségminimalizálás, üzemszüneti pont).
- 3) A makrogazdasági jövedelem és kibocsátás mérésére alkalmazott mutatószámok rendszerének bemutatása. Lehetséges gazdaságpolitikai beavatkozások a makrogazdasági jövedelem emelése érdekében, ennek lehetőségei és korlátai rövid és hosszú távon.
- 4) Makrogazdasági egyensúlyhiányok (munkanélküliség, infláció, költségvetési deficit, külkereskedelmi mérleg problémák) jellemzése, a mérésükre használt mutatószámok ismertetése. A gazdaságpolitika lehetőségei és korlátai az egyensúlyhiányok megszüntetésére.
- 5) Különböző vállalkozási formák, alapításuk, erőforrásaik (munkaerő; tárgyi eszközök, beruházások, beruházás-hatékonyság; forgóeszköz gazdálkodás)
- 6) A magyar bankrendszer felépítése, jellemzői. A kereskedelmi bankrendszer feladatai. Aktív, passzív és semleges bankműveletek. A vállalatok számára történő hitelnyújtás menete. A hitelezés fő kockázatai. Egyéb jellemző banki kockázatok, banki kockázatkezelés.
- 7) A pénzügypolitika célja, feladata, területei, különös tekintettel a fiskális és monetáris politikára. A fiskális és monetáris politika eszközei és azok alkalmazása. A jegybank hagyományos és újabb szerepei, feladatai.
- 8) Beruházások értékelése, beruházási döntések. Beruházások értékelésekor követendő alapelvek, döntési problémák. Statikus és dinamikus számítások, speciális döntési helyzetek. Beruházások értékeléséhez használt diszkontráta meghatározása.
- 9) Ismertesse a vállalkozások hosszú távú finanszírozási döntéseinek jellemzőit, tartalmát, fő módoszatait! Ismertesse az egyes finanszírozási források költségeit, értelmezze az vállalati átlagos tőkeköltséget! Tőkeáttétel és a tőkeszerkezet.
- 10) Mutassa be a számviteli beszámoló fogalmát, típusait, részeit és ezeknek összeállítási módszereit, sajátosságait! A könyvvitel lényege, beszámolóval való kapcsolata!
- 11) Ismertesse a mérleg felépítését, főbb sorainak tartalmát, könyvvittel való kapcsolatukat!

- 12) A számviteli eredmény megállapításának módszerei, az eredménykimutatás felépítése, mérleggel való kapcsolata.
- 13) Definiálja a menedzsment fogalmát és a menedzsment funkciók tartalmát! Részletezze az egyes funkciókhoz kapcsolódó résztvevőket is!
- 14) Mutassa be a menedzseri szerepeket és készségeket, valamint a menedzsment szinteket! Jellemezze a tanult szervezeti formákat (lineáris, funkcionális, divízionális, mátrix)!
- 15) A statisztika tárgya és szerepe, a statisztika alapfogalmai (csoportosítás, viszonyszámok, átlagok, stb.). A sokaságok ismerv szerinti vizsgálata: a statisztikai táblák elemzése.
- 16) Mi az ökonometria? Az ökonometria céljai és módszerei. Közgazdasági és ökonometriai modellek. Idősorok elemzése, trendszámítás, ciklusosság.
- 17) Mutassa be a jogforrásokat, azok hierarchiáját! Ismertesse, hogy milyen rendező elveknek kell érvényesülniük a jogforrások esetében!
- 18) A magyar kötelmi jog alapvető szabályai.
- 19) Ismertesse a vállalat belső kommunikációs rendszerét, különös tekintettel a management kommunikációhoz használandó immateriális javak láncára!
- 20) A munkaerőpiac elméleti alapjai, felépítése, résztvevői. Munkajogi alapfogalmak.

B) Kereskedelem és marketing szakmai ismeretek

- 1) A marketing részstratégiái. A 4P részletes bemutatása; célok és összefüggések elemzése.
- 2) A marketingterv főbb elemei és elemzései.
- 3) A szolgáltatásmarketing sajátosságai és a marketingmix a szolgáltatás piacon.
- 4) A szolgáltatásmarketing 12 kulcsterületének bemutatása.
- 5) A fogyasztói magatartás korcsoportspecifikus jellemzői. A fogyasztói magatartás jellemzői a gyerekektől az idősekig.
- 6) A felhasználó-központú terméktervezés jellemzői; a termékergonómia. Speciális és mindenki által használható termékek.
- 7) Ismertesse a különbséget az Amerikai Marketing Társaság 1948-as és 2004-es definíciója között! Fejtse ki, van-e Euromarketing? Ismertesse a nemzetközi marketing kontrollálhatósági dimenzióit!

- 8) Ismertesse a marketingkutatás jelentéstartalmát!
- 9) Ismertesse a médiapiac sajátosságait! (Piaci szereplők, piacszerkezeti formák, piacintegrációs formák, médiamodellek.)
- 10) Elemezze a desztináció specifikumokat a termékpolitika oldaláról!
- 11) A kereskedelem jelentősége, típusai, helye a nemzetgazdaságban.
- 12) Kereskedelmi vállalatok árpolitikája, árképzése. Franchise szerepe a kereskedelemben.
- 13) A külkereskedelem fogalmi körül határolása, különleges külkereskedelmi ügyletek.
- 14) Főbb fizetési módok a nemzetközi kereskedelemben. Szokványok szerepe a külkereskedelemben, az Incoterms.
- 15) Mi a logisztika, mi a logisztika célja, feladata? Mit jelent a logisztikai költségek integrálása? Hogyan lehet kialakítani az optimális logisztikai célfüggvényt? Mutassa be a logisztikai rendszer költségtényezőit!
- 16) Milyen logisztikai rendszereket ismer? Mutassa be a vállalati logisztika rendszer részeit illetve az anyag- és információáramlást! Jellemezze a vállalati logisztikai rendszerek irányítási szintjeit!
- 17) Ismertessen egy vezetési elméletet a tulajdonságelméleti-, magatartástudományi és kontingenciaelméleti megközelítések közül (így összesen 3), majd ezeket egyesével alkalmazza a vállalati kommunikációra és a vállalati hatalmi forrásokra.
- 18) Ismertesse a szisztematikus és heurisztikus folyamatokat az értékesítési technikákkal kapcsolatban. Hogyan viszonyul a kognitív disszonancia jelensége az előbbiekhez? Ezek hogyan érvényesülnek az "ajtóba tett láb" technikában?
- 19) Melyek a marketingkommunikációs kampány elemei? Mit kell figyelembe vennünk a tervezést megelőzően, és mely tudományágak eredményeit használhatjuk fel a tervezés során?
- 20) Mire kell figyelni az optimális médiamix összeállítása során? Milyen főbb jellemzői vannak a kommunikációs eszközöknek és hordozóknak?