

EÖTVÖS LORÁND TUDOMÁNYEGYETEM
SAVARIA EGYETEMI KÖZPONT
SAVARIA GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI TANSZÉK

Záróvizsga-tételsor

Kereskedelem és marketing alapszak



A tételek – Általános közgazdaságtan

1. A.	Fogyasztói döntéseket befolyásoló tényezők: fogyasztói preferenciák, nominál és reáljövedelem, szükségletek, piaci árak. Fogyasztási kereslet és kínálat. Piaci egyensúly.
2. A.	Termelési ráfordítások és kibocsátás. Termelési költségek és profit. A vállalati döntést befolyásoló technológiai és piaci korlátok. Profitmaximalizálás és költségminimalizálás, mint vállalati cél.
3. A.	A pénz mennyiségi elmélete. Seigniorage, infláció és kamatlábak. Nominális kamatláb és a pénzkereslet. Az infláció társadalmi költségei.
4. A.	A hatályos magyar törvény mely gazdasági társaságok alapítását, működését teszi lehetővé és az egyes társaságoknak melyek a fontosabb jellemzői?
5. A.	Mit értünk fizetésektelenségen és milyen rendezési módjait ismeri? Mi a csőd, felszámolási és a végelszámolási eljárás lényege?
6. A.	Hol helyezkedik el az üzleti kommunikáció a társadalmi kommunikáció rendszerében? Ismertesse az üzleti kommunikáció céljait, jellemzőit, eszközrendszerét!
7. A.	Sorolja fel a nyolcfázisú tárgyalási modell elemeit és részletezze a sikeres prezentáció feltételeit!
8. A.	Szervezeti típusok és a szervezeti működés alapkérdései.
9. A.	A szervezeti magatartás tényezői, szervezeti kultúra, motiváció, konfliktuskezelés, vezetői szerepek és stílusok.
10. A.	A termék szerkezet, a termékéletciklus és a termékek bemutatásának összefüggései.
11. A.	A vállalati működés érintettjei és a vállalati célstruktúra dimenziói.
12. A.	Az információ erőforrások között betöltött szerepe és az információs rendszer alrendszerei.
13. A.	A vállalati telephelyválasztás körülményei, a telephelyválasztási döntések.
14. A.	A klaszterizáció és a lokális extern versenyelőnyök a gazdaságfejlesztésben.
15. A.	Az EU integráció működésének és összetartásának (kohézió) meghatározó motívumai a tagországok szempontjából.
16. A.	Az EU rendszerek (intézmények) szerepe a döntéshozatali és a nemzetek feletti végrehajtás konstruktív fenntartásában.
17. A.	A számviteli mérleg fogalma, főbb jellemzői, változatai. Számviteli alapértékelések és korrekciók.
18. A.	A számviteli eredmény – megállapítás módszerei, eljárásai. Ismertesse az eredménytényezőkből megállapítható eredmény kategóriákat, valamint összetevőik tartalmát mindkét eljárással készített eredménykimutatás esetében. Hozam-bevétel, ráfordítás-költség fogalma, tartalmi meghatározása.
19. A.	Fiskális és monetáris politika jellemzői, eszközei.
20. A.	Értékpapírok fogalma, csoportosításuk és főbb típusai.

B tételek – Szakmai törzsanyag

1. B. KM	A célpiaci marketing folyamata, piacszegmentáció, fogyasztói piac szegmentálásának ismérvei. Célpiacok kiválasztása, termékpozicionálás.
2. B. KM	A termékpolitika összefüggés rendszere, marketingdöntések a termék-életgörbe egyes szakaszaiban, márkadöntések.
3. B. KM	A vállalkozások makro környezeti elemzésének aspektusai, módszerei azok jellemzői illetve beépítése a szervezetek stratégiájába.
4. B. KM	Az árképzés lehetséges módszereinek legfontosabb jellemzői. Árstratégiák, ártaktika, árpolitikai döntések.
5. B. KM	A nemzetközi marketing fogalma, lényege, eszközei. Legfontosabb eltérései a hazai makro piacokon alkalmazott marketing technikáktól és a hazai szervezetek kultúrájától.
6. B. KM	A nemzetközi termékpolitika alkalmazása a hazai és a multinacionális környezetben, és a nemzetközi életgörbék sajátosságai.
7. B. KM	A public relations fogalma, szakterületei. A pr. helye a vállalatok marketingtevékenységében.
8. B. KM	Sajtókapcsolatok kialakításának, fönntartásának lehetőségei. Sajtóközlemények kiadása, sajtótájékoztatók szervezése, egyéb sajtóalkalmak.
9. B. KM	A szolgáltatások alapmodellje, a szolgáltatások fizikai jellege, a szolgáltatások marketingspecifikumai illetve az ezekből levont következtetések, a szolgáltatások kockázatai.
10. B. KM	A szolgáltatások 7P-jének elemzése.
11. B. KM	A marketingkommunikáció eszközrendszerének alkalmazási technikái a profit orientált szférában.
12. B. KM	A kommunikációs-mix elemeinek alkalmazása a különféle szervezetek menedzselésében.
13. B. KM	A marketingkutatás fogalma, kvalitatív és a kvantitatív kutatási módszerek alkalmazása a különféle kutatási projekteknél.
14. B. KM	A kutatási tanulmány összeállítása és tartalma.
15. B. KM	A külpiacra lépés feltételei, lehetséges formái, kockázatai és előnyei. A szokványok szerepe a külkereskedelemben. Az Incoterms.

C tételek – Vállalati menedzsment modul

1. C KM/VM	Jellemezze az emberi erőforrás speciális jellegét és gazdálkodási vonatkozásait!
2. C KM/VM	Mutassa be a teljesítményértékelési rendszerek kialakításának feltételrendszerét és folyamatát!
3. C KM/VM	Foglalja össze az emberi erőforrás fejlesztés jelentőségét és mutassa be a módszertanát!
4. C KM/VM	Mutassa be a KKV-k finanszírozásának sajátosságait.
5. C KM/VM	Ismertesse az üzleti vállalkozás beruházásainak értékelésénél alkalmazható elveket és módszereket!
6. C KM/VM	Mutassa be az amortizáció gazdálkodásban betöltött szerepét!
7. C KM/VM	Jellemezze a termelő és kereskedelmi vállalatok készletelemzésének sajátosságait!
8. C KM/VM	Mutassa be a projektvezetésben alkalmazható eszközöket!
9. C KM/VM	Jellemezze a KKV szektor nemzetgazdasági jelentőségét!
10. C KM/VM	Mutassa be a vállalati erőforrásokat, különös tekintettel a természeti erőforrásokra!

C tételek – Marketing modul

1. C KM/M	Ismertesse az életstílus szerepét a fogyasztói magatartás vizsgálatában! Mutassa be az életstílus befolyásoló szerepét és a legfontosabb életstílus-kutatásokat!
2. C KM/M	Ismertesse a fogyasztói magatartást befolyásoló pszichológiai tényezőket!
3. C KM/M	Stratégiai marketingterv kialakításánál használt elemzési módszerek a külső és belső környezeti auditnál.
4. C KM/M	A kategóriamenedzsment fogalma, kategória meghatározása, a kategória menedzsment jellemzői, sikertényezői, szereplői és megvalósítása.
5. C KM/M	Részletesen mutassa be az értékesítési út tervezésének lépéseit!
6. C KM/M	Értékesítést segítő MIR célja, követelményei, értékesítési célok és a célok meghatározásának módszerei.
7. C KM/M	Kiskereskedelmi elméletek, kiskereskedelmi stratégiák, kiskereskedelem árpolitikai döntései.
8. C KM/M	Stratégiai és taktikai marketingterv alkotóelemei, a marketingtervezés folyamata, az egyes lépések részletes elemzése.
9. C KM/M	Marketing- és piackutatás alapelemei, a kutatási iparág szereplői, a kutatásban használt módszerek csoportosítása, és a kutatási terv felépítése.
10. C KM/M	Az egyes kutatási módszerek jellemzői, alkalmazhatóságuk, előnyeik és hátrányaik, a mintavételi módszerek sajátosságai.