Záróvizsga tételsor, kereskedelem és marketing BA

ELTE TáTK, Savaria Gazdálkodástudományi Tanszék

„B” mintatanterv, 2017-ben kezdő hallgatók részére

1. **Közgazdaságtani, módszertani és üzleti ismeretek**
2. 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.
3. 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).
4. 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.
5. Makrogazdasági egyensúlyhiányok (munkanélküliség, infláció, költségvetési deficit, külkereskedelmi mérleg problémák) jellemzése, a mérésükre használt mutatószámok ismertetése. A gazdaságpolitika lehetőségei és korlátai az egyensúlyhiányok megszüntetésére.
6. Különböző vállalkozási formák, alapításuk, erőforrásaik (munkaerő; tárgyi eszközök, beruházások, beruházás-hatékonyság; forgóeszköz gazdálkodás)
7. 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.
8. 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.
9. Beruházások értékelése, beruházási döntések. Beruházások értékelésekor követendő alapelvek, döntési problémák. Statikus és dinamikus számítások, speciális döntési helyzetek. Beruházások értékeléséhez használt diszkontráta meghatározása.
10. Ismertesse a vállalkozások hosszú távú finanszírozási döntéseinek jellemzőit, tartalmát, fő módozatait! Ismertesse az egyes finanszírozási források költségeit, értelmezze az vállalati átlagos tőkeköltséget! Tőkeáttétel és a tőkeszerkezet.
11. Mutassa be a számviteli beszámoló fogalmát, típusait, részeit és ezeknek összeállítási módszereit, sajátosságait! A könyvvitel lényege, beszámolóval való kapcsolata!
12. Ismertesse a mérleg felépítését, főbb sorainak tartalmát, könyvvitellel való kapcsolatukat!
13. A számviteli eredmény megállapításának módszerei, az eredménykimutatás felépítése, mérleggel való kapcsolata.
14. A nemzetközi kereskedelem klasszikus elmélete (komparatív előnyök, a ricardoi modell, jóléti hatása, gyakorlati érvényesülése).  A kereskedelempolitika eszközei, kiemelten a vámok szerepe (érvek és ellenérvek, jóléti hatása).
15. A marketing menedzsment lényege, kialakításának lépései.
16. A statisztika tárgya és szerepe, a statisztika alapfogalmai (csoportosítás, viszonyszámok, átlagok, stb.). A sokaságok ismérv szerinti vizsgálata: a statisztikai táblák elemzése.
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 szolgáltatáspiacon.
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 marketingkutatási 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 megközelítésekből (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 figyelnünk az optimális médiamix összeállítása során? Milyen főbb jellemzői vannak a kommunikációs eszközöknek és hordozóknak?