

# GAZDÁLKODÁS ÉS MENEDZSMENT

## F tanterv

### Záróvizsga tételek

#### SPECIALIZÁCIÓS KÉRDÉSSOR

1. A business piacok sajátosságai: A szervezeti piac jellemzői, az ellátási lánc fogalma. Kereskedelmi formák, értékesítési csatornát meghatározó tényezők; nagykereskedelmi és kiskereskedelmi formák típusai, jellemzői, többcsatornás kereskedelem előnyei, nehézségei.
2. Marketing információ rendszer és döntéstámogató rendszer: Beszerzési piackutatás, MIR és DTR jellemzői, elemei, előnyei, hátrányai; marketing információkkal szemben támasztott követelmények; marketing modellek főbb jellemzői.
3. Hálózati marketing: Hálózatok, klaszterek jellemzői; kiskereskedelmi kooperációs formák előnyei a fogyasztó és a kereskedő számára; beszerzési társulás, franchise, bevásárlóközpont.
4. Kapcsolati marketing és Customer Relationship Management: A kapcsolati marketing és a CRM főbb különbségei, előnyei, helye és szerepe a vállalati stratégiában, ügyfélorientáció, vevőérték meghatározás.
5. Ügyfélelégedettség mérés: Lojalitásprogramok, elégedettségmérés a B2B piacokon (imázsprofil vizsgálat, kritikus esetek módszere, Customer Loyalty Index, Needs, Gaps and Opportunities Assessment – NGOA, attitűd-indexek főbb jellemzői, hasznosíthatósága).
6. Direktmarketing: Hagyományos és direkt marketing különbségei, eszközei, adatbázis jelentősége, hasznosíthatósága a fogyasztói és a business-to-business területen.
7. Szervezeti beszerzési politika: Szervezeti stratégia és magatartás jellemzői; vásárlói döntésfolyamat sajátosságai; buying és selling center jellemzői, vásárlói szerepek, eltérések a fogyasztói piactól.
8. Árpolitika és stratégia, ártárgyalások: Árpolitika és stratégia jellemzői az üzleti/szervezeti piacokon. Ármeghatározás specifikumai.
9. Értékesítési stratégia és technikák: hatékony értékesítés követelményei, értékesítés és marketing konfliktusai.
10. Ajánlatok tervezése, kialakítása, menedzsmentje: Ajánlatok készítése, adaptáció, ajánlat és a probléma relációi, ajánlati politika főbb típusai (összpontosítás a problémára, az ajánlatok körére, illetve a kapcsolatra), kétoldalú bizonytalanság és a képességek összefüggései
11. Eladásmenedzsment és személyes értékesítés: Eladószemélyzet kiválasztásának folyamata és motiválása, eladószemélyzet fejlesztése, hatékonyságmérés módszerei; személyes értékesítés jellemzői, módszerei
12. Személyes eladás, eladási folyamat főbb lépései, ügyfelek minősítése, vevőprofil készítés, small talk, LOCATE-technika, FABV technika, kifogáskezelés, vevőgondozás. Hálózati marketing definíciója.
13. Az agilitás fogalma és fejlődése a menedzsmentben: Az agilitás értelmezése, különbség az adaptivitás és rugalmasság között, az agilis szemlélet kialakulása az IT-ből kiindulva.
14. Az agilis értékek és alapelvek: A Agile Manifesto értékei és elvei, vezetői értelmezésük és alkalmazásuk.
15. Hagyományos (waterfall) és agilis vezetési megközelítések összehasonlítása: Tervezésvezérelt vs. iteratív működés, kontroll és felhatalmazás kérdése.
16. Az agilis vezető szerepe és kompetenciái: Servant leadership, bizalomépítés, pszichológiai biztonság, facilitáló vezetői működés.
17. Agilis keretrendszerek és módszertanok vezetői szemmel: Scrum, Kanban, Lean alapjai és alkalmazhatóságuk.
18. Változásmenedzsment és agilis transzformáció: Agilis átállás lépései, ellenállás kezelése, vezetői szerep a kulturális váltásban.

19. Kommunikáció és együttműködés agilis környezetben: Transzparencia, rendszeres visszajelzés, stand-up meetingek.
20. Agilitás a nem IT területeken: HR, marketing, termelés, közigazgatás – adaptációs lehetőségek és korlátok.

### **GAZDASÁGI KOMPLEX KÉRDÉSSOR**

1. A marketing fogalma, fejlődése és szerepe a vállalat működésében: Marketingkonceptiók fejlődése (termelési, termék-, értékesítési, marketing-, társadalmi marketingkonceptió). A marketing, mint értékteremtési folyamat.
2. Fogyasztói magatartás alapjai: A vásárlási döntési folyamat szakaszai, befolyásoló tényezők (kulturális, társadalmi, személyes, pszichológiai).
3. Piacszegmentáció, célpiacválasztás és pozicionálás (STP modell): Szegmentálási ismérvek, célpiaci stratégiák, pozicionálási térkép.
4. Termékpolitika és termékéletciklus-menedzsment, Árpolitika és árazási stratégiák: Termékszintek, márkázás, csomagolás, innováció, BCG-mátrix. Árképzési módszerek (költség-, kereslet-, versenyalapú), pszichológiai árképzés, árdiszkrimináció.
5. Értékesítési csatornák és disztribúciós stratégia, Marketingkommunikációs mix: Közvetlen és közvetett csatornák, csatornahossz, logisztika, omnichannel megközelítés. Reklám, PR, értékesítésösztönzés, személyes eladás, direkt marketing.
6. Az ellátásilánc-menedzsment fogalma, evolúciója és értékteremtő szerepe a modern vállalatokban
7. Az ellátásilánc-stratégiák kialakítása és az ellátási háló tervezése globális környezetben
8. Az ellátási lánc működési kockázatai: az ostorcsapás-hatás okai, következményei és kezelése integrációval és készletmenedzsmenttel
9. Vevő–beszállító kapcsolatok és együttműködési modellek hatása az ellátási lánc teljesítményére és rugalmasságára
10. Fenntarthatóság és teljesítménymenedzsment az ellátási láncban: környezetileg, társadalmilag és gazdaságilag felelős működési rendszerek
11. A vállalati erőforrások integrált menedzsmentje: pénzügyi gazdálkodás, HR, tárgyi eszközök és forgóeszközök összehangolása a hatékony működés érdekében
12. Gyártásszervezés, termelésoptimalizálás és logisztikai rendszerek szerepe a vállalati versenyképesség formálásában
13. A vállalat teljesítményének átfogó értékelése: kontrolling rendszerek, hatékonysági mutatók és stratégiai irányítás kapcsolata
14. Marketing és vállalati működés összhangja: piaci aktivitás, vevőorientáció és értékteremtés a termelési és szolgáltatási folyamatokban
15. Stratégiai beruházási és eszközgazdálkodási döntések hatása a vállalat hosszú távú működésére és piaci pozíciójára
16. A vállalati beruházások értékelése: statikus és dinamikus módszerek összehasonlítása, a pénz időértékének szerepe és a beruházási döntések hatása a vállalat értékére
17. A vállalati pénzügyi teljesítmény értékelése: vagyon-, likviditási-, hatékonysági- és jövedelmezőségi mutatók együttes vizsgálata és azok vezetői döntéstámogató szerepe
18. Forgótőke-menedzsment a gyakorlatban: készletgazdálkodási, követeléskezelési és pénzgazdálkodási döntések hatása a vállalat működőképességére és likviditására

- 19.** A vállalati cash flow-szemlélet jelentősége: pénzáramlások típusai, cash flow-számítás és kapcsolata a beruházási, finanszírozási és működési döntésekkel
- 20.** Hitelezési és finanszírozási döntések összefüggései: hitelköltségek számítása, tőkeszerkezet, kockázatok és a vállalati érték maximalizálásának pénzügyi eszközei