



Képzés: *Gazdálkodási és menedzsment felsőoktatási szakképzés*

Tételsor: *Projektmenedzsment*

1. A projektmenedzsment jelentősége: A projekt és a projektmenedzsment fogalma, jelentősége, szintjei. A sikeres projekt jellemzői és a projektsikert befolyásoló tényezők. A projektmenedzsment célja és funkciói.
2. A projekt életciklusa: A projekt életciklusának fázisai. A projekt visszafordíthatatlansági pontja. A projektjavaslat lényege. A projektindítás szükségességének mértéke. A projekt főbb alapszabályai és azok jellemzése.
3. A projektek érintettjei: Projektmenedzsment stakeholderek. A projektmenedzser szerepe. A projektteam irányításával kapcsolatos tudnivalók. A hatékony teamkörnyezet jellemzői.
4. A projekt határidő tervezése: A reális ütemezés lényege és a tevékenységi kapcsolatok típusai. A GANTT diagram és a hálótervezés lényege. A kritikus út meghatározása és a mérföldkövek szerepe. A projekt kiegyensúlyozása.
5. A változás és változtatás fogalma, a változtatás fogadtatása és mibenléte. Az ellenállás kezelése, formái. Az emberi tényező szerepe a változtatás során.
6. A változásmenedzsment fogalma, típusai. Helyi és központi változásmenedzsment. A változásmenedzsment alapmodelljei.
7. A változtatás sikerének alapfeltételei, a változási projektek sikeres megvalósításának feltételei. A sikeres változtatás képlete. A változtatás eredményei.
8. A válság és a változtatás stakeholder menedzsmentje, a változtatás szereplői. A leaders of change jellemzői. A válságkezelés fontosabb szereplőinek jellemzése.
9. A válság és a recesszió fogalma, a válság természete és típusai. A válságkezelés formái, menetrendje. Alapvető válságkezelési stratégiák jellemzése.
10. A marketing: A marketing fogalma, a marketing fejlődése (piacorientációs szakaszok). A makro- és mikrokörnyezet elemei. A SWOT analízis lényege, célja.

11. A fogyasztói piac: A fogyasztói piac fogalma, a fogyasztót befolyásoló tényezők (kulturális, társadalmi, személyes és pszichológiai). A vásárlási döntés lépései, és típusai.
12. Piacszegmentálás: A célpiaci marketing (STP stratégia) lépései. A piacszegmentáció lényege, a szegmentációs ismérvek. A célpiacválasztás lehetősége. A pozicionálás szerepe, lényege.
13. Árképzés: Árképzés lépései, az árképzést befolyásoló tényezők. Árstratégia fogalma, típusai. Ártaktika fogalma, eszközei.
14. A termék és a márka: A termék fogalma, termékéletgörbe szakaszai, típusai. A márka fogalma, márkanév stratégiák.
15. Promóció és marketingmix: A promóció lényege, szerepe és kapcsolata a marketing- mix többi elemével. Az ATL, BTL, OTL/TTL fogalma, eszközei.