



---

**Képzés:** *Kereskedelem és Marketing alapképzési szak (BSc)*

**Tételsor:** *Komplex gazdasági*

---

1. A vállalkozás környezete és célja: A vállalat fogalma, a makró környezet elemzése, a mikrokörnyezet elemzése, a piaci verseny típusai, iparági környezet, az érintettek köre.
2. A vállalat általános jellemzői - a vállalati struktúra elemei: A 7S modell, munkamegosztás, hatáskörmegosztás, koordináció, konfiguráció.
3. Vállalkozási formák: A vállalkozás formák típusai, alapfeltételei, indítása, általános felépítése megszűnése.
4. Tárgyi eszköz gazdálkodás, beruházások: Befektetett eszközök, tárgyi eszközök, a tárgyi eszköz gazdálkodás feladatai, a tárgyi eszközök élettartama, a tárgyi eszközök kihasználása, tárgyi eszközök fenntartása, beruházások.
5. Forgóeszközigazdálkodás és raktározás: Forgóeszközök, forgóeszköz igényesség és forgási sebesség készletgazdálkodási alapok, felesleges készletek csökkentése.
6. Fogyasztói magatartás, fogyasztói piac: a fogyasztói piac fogalma, a fogyasztó befolyásoló tényezők (kulturális, társadalmi, személyes és pszichológiai). Érzékelés, észlelés, tanulás, motivációs elméletek és attitűd. A vásárlási döntés lépései, és vásárlási döntés típusok.
7. A szervezeti piaci fogalma, a B2B kereslet sajátosságai, a piaci szereplők típusai, a szervezeti vásárlói magatartás (vásárlás típusai, Buying Center, döntési folyamat). Szegmentáció a szervezeti piacon, kapcsolati marketing.
8. Célpiacon marketing. A marketing stratégiaalkotás céljai és lépései. A szegmentálás lényege, szegmentálási ismérvek a hagyományos és digitális piacokon. A célpiac meghatározás lehetőségei, piacfedési stratégiák, a pozicionálás folyamata, differenciáló tényezők. Észlelési térkép szerepe a pozicionálás folyamatában.
9. Termékpolitika: A termékpolitika területei, a termékfejlesztés lépései, a termékéletgörbe fogalma, típusai. Eltérő stratégiák az egyes termékélet-görbe szakaszokban. A termékválaszték kialakításának szempontjai, módszerei.
10. Árpolitika, árképzés: Az árképzés céljai, folyamata, a listaár-képzés módszerei. A végső ár kialakítását (csomagár, termékcsalád árazás, árrugalmasság, pszichológiai hatások) befolyásoló tényezők bemutatása. A tapasztalati függvény hatása az árképzés folyamatára

11. Az ellátásilánc-menedzsment (SCM) stratégiai értelmezése és elhatárolása a logisztikától
  - Az SCM és a logisztika definíciója, a két fogalom közötti főbb különbségek (szervezeten belüli folyamatoptimalizálás vs. szervezatközi integráció).
  - Az ellátási lánc kiterjedése: a „szállítótól a vevőig” szemlélet és a folyamatok horizontális/vertikális integrációja.
  - Az SCM mint új vezetési paradigma: a vállalati stratégia és a láncszintű együttműködés kapcsolata.
12. Stratégiai illeszkedés az ellátási láncban: a Fisher-féle modell
  - A termékek kategorizálása: funkcionális vs. innovatív termékek jellemzői.
  - Az ellátási láncok típusai: hatékony (efficient) és válaszképes (responsive) ellátási láncok fizikai és piaci funkciói.
  - A stratégiai illeszkedés (strategic fit) fogalma: mi történik, ha a lánc típusa nem felel meg a termék jellemzőinek?
13. Kockázatmenedzsment és reziliencia az ellátási láncok működésében
  - A kockázat fogalma az ellátási láncban és a sebezhetőséget növelő tényezők (pl. globalizáció, komplexitás, JIT).
  - A reziliencia (ellenálló képesség) összetevői: rugalmasság, agilitás és láthatóság.
  - Kockázatkezelési stratégiák a gyakorlatban: redundancia (biztonsági készletek, több szállító) vs. dinamikus képességek fejlesztése.
14. Ellátási lánc teljesítménymérése: a SCOR-modell
  - A SCOR-modell (Supply Chain Operations Reference) felépítése és öt alapfolyamata (tervezés, beszerzés, gyártás, szállítás, visszáru).
  - Teljesítménymérési dimenziók: megbízhatóság, válaszkészség, agilitás, költségek és eszközhasznosítás.
  - A mérőszámok hierarchiája: hogyan kapcsolódnak az operatív mutatók a stratégiai célokhoz?
15. Az ostorcsapás-effektus (Bullwhip effect) és kezelése
  - A jelenség leírása: miért erősödik fel a keresleti ingadozás a lánc mentén a végfogyasztótól távolodva?
  - A kialakulás okai: információtorzulás, kötegetelt rendelések, készletfelhalmozás, árfluktuáció.
  - Megoldási javaslatok: információ-megosztás (VMI, CPFR), az átfutási idők csökkentése és a partneri együttműködés szorosabbá tétele.
16. Mutassa be a pénz időértékének elméleti alapjait és gazdasági indokait! Ismertesse a jelenérték és jövőérték fogalmát, az egyszerű és összetett kamatszámítást, valamint az annuitás számítását! Elemezze, hogyan jelenik meg a pénz időértéke a beruházási, finanszírozási és értékelési döntésekben!
17. Ismertesse a pénzügyi rendszer felépítését, fő funkcióit és intézményi szereplőit! Mutassa be a pénzügyi piacok típusait és működésüket! Elemezze, hogyan járul hozzá a pénzügyi közvetítés a vállalatok finanszírozási lehetőségeihez és kockázatkezeléséhez!

18. Ismertesse a pénzügyi mutatószám-elemzés módszertanát és korlátait! Mutassa be a likviditási, jövedelmezőségi, hatékonysági és tőkeszerkezeti mutatók rendszerét! Elemezze, hogyan kapcsolódnak ezek egymáshoz és milyen információt hordoznak a vezetői döntések számára!
19. Ismertesse a beruházási döntések szerepét és kockázatait! Mutassa be a statikus és dinamikus beruházás-értékelési módszereket, különös tekintettel az NPV és IRR módszerre! Elemezze a módszerek közötti különbségeket, ellentmondásokat és döntési korlátokat!
20. Fejtse ki a vállalati finanszírozás alapvető kérdéseit! Mutassa be a saját és idegen források előnyeit és kockázatait! Ismertesse a tőkeszerkezet elméleteit (pl. Modigliani–Miller), valamint a pénzügyi áttétel hatását a jövedelmezőségre és kockázatra!