



Gazdálkodási és menedzsment alapképzési szak  
Záróvizsga témakörök  
Marketing specializáció

	„A” rész	„B” rész
1.	A hazai pénzügyi rendszer felépítése, szereplői. A jegybank és annak szerepe a gazdaságban.	A marketing fejlődése, az "élményorientáció" megjelenése, a vállalatok marketingtevékenységében. A marketing szerepe a "tulajdonosi" és "fogyasztói" értékteremtésben.
2.	A pénz időértéke gyakorlati szempontból (FV, PV, járadékok, NPV, IRR)	A vállalat külső és belső környezetének elemzése, kapcsolódása a marketingtevékenységhez.
3.	Belföldi és külföldi fizetési módok napjainkban.	A fogyasztói magatartás fogalma, modelljei, befolyásoló tényezői.
4.	A "marketing" fogalma, vállalati értéképítő folyamatban betöltött szerepe; és a marketingaktivitások rendszere.	A piac-szegmentáció relevanciája, az STP mechanizmus bemutatása. Napjaink jellemző fogyasztói szegmensei.
5.	A marketingstratégia részelemei és folyamata.	A pozicionálás folyamata, relevanciája és a márkapolitika kapcsolata.
6.	A számvitel célja, tárgya, funkciója. A számviteli rendszer működését meghatározó szabályok. A számviteli beszámoló rendszer. A beszámoló könyvvizsgálata, nyilvánosságra hozatala.	A piackutatás fogalma, folyamata. Primer és szekunder információk jellemzése, a MIR működési mechanizmusa.
7.	A gazdálkodók számviteli rendszerének kialakítási szempontjai. A számviteli politika és a számviteli alapelvek szerepe a számviteli munkában. A számviteli politika kötelező szabályzatai, a főkönyvi és analitikus nyilvántartások kapcsolata.	A termékpolitika, a termékfejlesztés folyamata, a termékéletgörbe bemutatása.
8.	Az ember a szervezetben, az emberierőforrás-menedzsment tevékenységterületei, jelentősége a szervezeti munkában.	Az ár fogalma, szerepe a tulajdonosi és a vevői értékteremtésben, az árképzés módjai.
9.	A vezetés fogalma, funkciói, szintjei a szervezetekben, a vezető és a menedzser feladat- és szereprendszere.	A marketingkommunikáció fogalma, részterületei és modellje, a szerepe és funkciói.
10.	Az államháztartás fogalma, törvényi szabályozása, feladatai, alrendszerei.	A reklám fogalma, szerepe a marketingtevékenységben, jellemzői; modellek bemutatása.
11.	Az adó fogalma. Az adóztatás funkciói és alapelvei. Az adóztatással kapcsolatos fogalmak: adóalany, adótárgy, adóalap, adómérték, adómentesség, adókedvezmény. Az adók csoportosítása.	A gerilla marketing lényege, előnyei, hátrányai. Szerepe a Start-up vállalkozásoknál.
12.	A munkaerőpiac szerkezete szereplői, működése egyensúlyi viszonyai, a munkaerőgazdálkodás stratégiai kérdései.	Az on-line marketing fogalma, jellemzői; az internetes vásárlás jellemzői; a közösségi média lehetőségei a marketingben.
13.	A statisztika alapfogalmi rendszere, a statisztika elemzési módszereinek csoportosítása, értelmezése, alkalmazásuk a gyakorlatban.	A "szolgáltatások" fogalma, a HIPI-elv. A szolgáltatás-menedzsment részterületei. (Front-office menedzsment, aktívügyfél-politika, márkamenedzsment, panasz-szituáció-menedzsment).
14.	A nemzeti számlarendszer (SNA) főbb elemei és a GDP korlátai, mint a gazdasági teljesítmény mérésének eszköze.	A fogyasztói elégedettség fogalma, az elégedettségvizsgálatok.
15.	Az üzleti vállalkozás fogalma, feltételei. A vállalat alapvető célja és küldetése. A vállalkozások szervezeti formái, piaci viszonyrendszere.	A "marketing" és a nemzetközi marketing fogalma, specialitásai a 7 P-ben.

Szakfelelős: Vargáné dr. Bosnyák Ildikó