

## **Kereskedelem és marketing alapképzési szak**

### **Záróvizsga „A” tételek**

1. Jellemezze a piac fő tényezőit (kereslet, kínálat, ár) és befolyásoló elemeit a Marshall-kereszt felhasználásával! Határozza meg az egyéni és a piaci kereslet viszonyát! Hasonlítsa össze az alapvető piacformákat (versenypiac, monopolpiac, oligopolpiac, monopolisztikus versenypiac)!
2. Mit fejez ki a kereslet rugalmassága? Nevezze meg és definiálja a keresletrugalmassági formákat! Milyen árrugalmasság-számítási módszereket ismer? Határozza meg az árbevétel alakulása, az árváltozás és a kereslet árrugalmassága közötti összefüggést!
3. Különböző szempontok szerint csoportosítsa és definiálja a vállalati költségeket! Ábrázolja és jellemezze a költségfüggvényeket! Mutassa be a költségfüggvények és a termelési függvények közötti kapcsolatot rövid és hosszú távon!
4. Határozza meg, milyen feltételek teljesülése esetén realizálhat maximális profitot egy vállalat kompetitív piac esetében! Határozza meg, mit értünk veszteségminimalizálási zónán! Ábra segítségével mutassa be egy monopolvállalat optimális kibocsátási szintjét!
5. Definiálja a modern pénz fogalmát! Különböző szempontok szerint csoportosítsa a pénzt (megjelenési forma, aggregáltság szintje, eredete szerint)! Mutassa be, miként tölti be a pénz a funkcióit a modern gazdaságban! Jellemezze a kétszintű bankrendszer pénzteremtési folyamatát!
6. Határozza meg mit értünk pénzpiacon a makrogazdaságban! Jellemezze a pénzpiac keresleti és kínálati oldalát befolyásoló tényezőket! Az LM görbe segítségével szemléltesse a pénzpiac egyensúlyi helyzetét! Jellemezze az infláció egyes formáit és kiváltó okait!
7. Jellemezze a makroökonómiai munkapiac keresleti és kínálati oldalát meghatározó tényezőket! Határozza meg a foglalkoztatás szintjét a rövidebb oldal elve figyelembevételével! Definiálja a munkanélküli fogalmát! Csoportosítsa és határozza meg a munkanélküliség egyes típusait!
8. Ismertesse a számviteli beszámolók típusait és az egyes részek tartalmát!
9. Csoportosítsa a vállalati vagyont! Ismertesse a vagyon értékelését és megjelenését a beszámolóban! Mutassa be a tárgyi eszközök felhasználásának összefüggéseit a termelés volumenével és az eredménnyel.
10. Mutassa be az eredménykimutatás típusait, könyvviteli háttérét, felépítését, valamint a társassági adó megjelenítését az eredménykimutatásban!
11. Értelmezze a humán tőkét, mint különleges erőforrást. Mi a humán- és üzleti stratégia kapcsolata? Melyek a humán erőforrás menedzsment fő funkciói? Mutassa be a szervezeti kultúra és etikai kódex összefüggését, szerepét az emberi erőforrás gazdálkodásban!
12. Értelmezze a külső és belső forrásokból történő munkaerő biztosítást, határozza meg a toborzás fogalmát! Mutassa be a kiválasztás folyamatát és legfontosabb módszereit!

13. Határozza meg az integratív marketing összefüggésrendszerét, sorolja fel és jellemezze a mikro- és makrokörnyezet elemeit!
14. Sorolja fel és röviden jellemezze a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezőcsoportokat és összetevőiket!
15. Ismertesse a piaci szegmentáció tényezőit, a piacválasztás módszereit, értelmezze a piaci pozicionálás fogalmát!
16. Sorolja fel és jellemezze a szervezeti piacok típusait! Ismertesse a beszerzési magatartás összetevőit!
17. Értelmezze az üzleti vállalkozást, jellemezze a vállalati működés érintettjeit! Ismertesse a vállalati célok szintjeit és hierarchiáját.
18. Mutassa be a vállalati szervezeti struktúra jellemzőit! Ismertesse a legfontosabb szervezeti struktúrákat (bemutatva azok előnyeit és hátrányait)!
19. Mutassa be a vállalati költségek gazdasági és számviteli értelmezését! Ismertesse a költségek könyvelésének céljait és módjait! Határozza meg a költségnem, a költséghely és költségviselő fogalmak tartalmát, könyvelésük célját és helyüket a számlarendben!
20. Értelmezze az értékteremtő folyamatokat a vállalati gazdálkodásban! (Mutassa be az érték fogalmát, az érték dimenzióit, az értékteremtő folyamat elemeit, valamint a külső és belső értéklánc szerepét!)

**Gödöllő, 2022**

*Prof Szente Viktória  
szakfelelős, egyetemi tanár*

## **Kereskedelem és marketing alapképzési szak**

### **Záróvizsga „B”-tétel**

1. Mutassa be a marketingkutatás folyamatának lépéseit és a kutatási tervet!
2. Hasonlítsa össze a primer és a szekunder kutatás jellemzőit, előnyeit, hátrányait, felhasználási lehetőségeit!
3. Hasonlítsa össze a kvalitatív és a kvantitatív adatfelvételi eljárások tulajdonságait, csoportosítsa az ide tartozó kutatási módszereket!
4. Hasonlítsa össze egymással a megkérdezés különböző technikáit (szóbeli, írásbeli, telefonos, elektronikus)!
5. Mutassa be a kérdőívszerkesztés lépéseit és a standardizált kérdőívben használt kérdéstípusokat!
6. A piaci verseny fogalma és típusai. A versenyszerkezet elemzése. A piaci versenyelőny értelmezése és a versenystratégiák jellemzése.
7. Ismertesse a fogyasztói boltválasztás magatartás, atmoszféra, döntés-orientált folyamat és teljes (összegző) modelljeinek legfontosabb jellemzőit! Mutassa be az Amstutz, a Bitner, az Allvine és a Monroe modelleket!
8. A kulturális környezet hatása a fogyasztói magatartásra; és az életstílus-koncepciók és a fogyasztói magatartás közti kapcsolatok.
9. A család fogyasztásra gyakorolt szerepének értelmezése a dinamikus és statikus elmélet szerint.
10. Mi az attitűd fogalma, milyen alkotóelemei vannak és milyen fontosabb mutatókkal jellemezhető?
11. A logisztikai szemlélet kialakulása. A marketing és a logisztika kölcsönhatása.
12. A beszerzés stratégiai jelentősége, beszerzési menedzser index, beszerzési szervezet.
13. Információgyűjtés a beszerzési piacról. Értékelés Krajlic-mátrix használatával, a szállítók kiválasztása és értékelése. Online aukció.
14. A csomagolás marketinglogisztikája.
15. Milyen lépésekből áll a hatékony kommunikációs és promóciós program, és milyen elemekből áll a kommunikációs modell?
16. Milyen módszerekkel állapítható meg a promóciós költségvetés, és milyen jellemzői vannak a reklámozásnak és a reklámüzenetnek?
17. Hogyan dönthetünk a kiállításon való megjelenésről? Milyen céljai lehetnek a kiállításon való megjelenésnek?
18. Milyen szakaszai és lépései különböztethetőek meg a személyes eladás folyamatának?
19. Mit kell megtudni a vevőről a tárgyalásra való felkészülés során? Melyek az értékesítési terv részei?
20. Hogyan tipizálhatók az eladótípusok? Milyen tulajdonságokkal kell rendelkezni egy sikeres kereskedelmi képviselőnek?

Gödöllő, 2022

*Prof Szente Viktória*  
*szakfelelős, egyetemi tanár*