

GAZDÁLKODÁSI ÉS MENEDZSMENT ALAPKÉPZÉS
(nappali és levelező tagozat, 2016/17/2 félév)

„A” TÉTELSOR

- 1.A Pénz, pénzügyi rendszer, pénzkínálat, pénzkereslet és infláció. A jegybank és szerepe
- 2.A Az emberi erőforrás menedzselés fogalma, modellje és a befolyásoló társadalmi-gazdasági környezeti tényezők
- 3.A Az EU szervezeti felépítése, a szervek feladatkörei. Az EU döntéshozatali eljárása
- 4.A A készletgazdálkodás alapfogalmai (a készletezés célja, a készletezési költségek, a készletezési rendszer, készletezési modellek)
- 5.A A vállalkozások számviteli rendszere. Az éves beszámoló mérlege és eredménykimutatása. Számviteli alapelvek és politika. Az egységes számlakeret és számlarend
- 6.A Pénzügyi elemzés mutatószámokkal
- 7.A A pénz időértéke (FV, PV, járadékok, NPV, IRR)
- 8.A Működőtőke-áramlás a világban (fogalmak, trendek, irányok, változások)
- 9.A A vezetés (leadership) fogalma, funkciói, elméleteinek főbb csoportjai és jellemzői
- 10.A Vállalati szintű stratégiák (Ansoff-mátrix, adaptációs stratégiák), portfólió stratégiák (BCG mátrix, McKinsey-mátrix)
- 11.A Szegmentáció, célcsoportképzés, pozicionálás
- 12.A A marketingmenedzsment folyamata, a marketingterv, a 4P
- 13.A Általános versenysztratégiák (Porter-féle modell)
- 14.A Gazdasági társaságok alapításának és megszűnésének sajátosságai
- 15.A Gazdasági társaságok működésének és szervezeti felépítésének (legfőbb szerv, vezető tisztségviselők, ellenőrző szervek) jogszabályi jellemzői és a tagok jogállása

GAZDÁLKODÁSI ÉS MENEDZSMENT ALAPKÉPZÉS
PÉNZÜGY SPECIALIZÁCIÓ
„B” TÉTELSOR

- 1.B Értékpapírok fogalmi ismérvei, csoportosításuk és az egyes értékpapírokra vonatkozó főbb jellemzők. Kötvények és részvények értékelése, elméleti árfolyam, hozamok.
- 2.B Egyedi kockázatos és kockázatmentes eszközök hozama és kockázata. Kockázatos eszközök közötti kapcsolat, és az ezekből alkotott portfóliók hozama és kockázata.
- 3.B A tőkepiaci árfolyamok modellje (CAPM). Lehetséges és hatékony portfóliók halmaza. Hasznosság. Portfólió optimalizálás. Relatív kockázatmérés.
4. B Határidős ügyletek: a forward és a futures ügyletek összehasonlítása és szerepük a kockázatkezelésben.
- 5.B A költséggazdálkodás legfontosabb módszerei. Eredményszámítás, fedezetelemzés.
- 6.B Aktív bankügyletek, a hitelezés és a hitelkockázat mérése, kezelése.
- 7.B Passzív bankügyletek és a banki kockázatok.
- 8.B A bankok szabályozásának legfontosabb jellemzői, fizetési rendszerek a magyar bankrendszerben.
- 9.B Az opciós ügylet alapvető jellemzői, típusai, a vételi és az eladási opció, az opció értékét befolyásoló tényezők és hatásuk az opció értékére. A put-call paritás.
- 10.B A Black-Scholes opció árazási modell. Néhány kereskedési stratégia opciókkal. A reálopció.
- 11.B A „görögök” és jelentőségük az opcióárazás/értékelés vizsgálatában.
- 12.B A személyi jövedelemadó alanyi köre, az adóköteles bevételek rendszere, az összevonás alá eső és a külön adózó jövedelmek adójogi sajátosságai
- 13.B A társasági adó alanyai, az adóalapot módosító tételek csoportosítása és jellemzői, az adókedvezmények köre
- 14.B Az általános forgalmi adó alanyi és tárgyi köre, az Európai Közösségen belüli termékbeszerzés és a termékimport fogalma, adójogi vonzatai
- 15.B A bankügyletek fajtái: pénzszolgáltatási és pénzkezelési szerződések jellemzői. A bankszámlák közötti fizetési módok típusai és sajátosságai

**GAZDÁLKODÁSI ÉS MENEDZSMENT ALAPKÉPZÉS
ÜZLETVITEL ÉS SZERVEZÉS SPECIALIZÁCIÓ
„B” TÉTELSOR**

- 1.B Az emberi erőforrás menedzsment funkciói (felsorolás, definiálás, legfontosabb folyamatok és az egyes funkciók közötti összefüggések ismertetése)
- 2.B Ösztönzésmenedzsment és teljesítményértékelés
- 3.B A vállalkozó és a kisvállalat (a vállalkozás gazdasági, szociológiai és pszichológiai elméletei, a kisvállalat szerepe a gazdaságban)
- 4.B A szervezeti struktúra kialakítását befolyásoló tényezők, struktúra típusok és jellemzőik. Mintzberg szervezeti struktúra típusai
- 5.B Projektmenedzsment (a projekt definíciója, típusai, folyamata), hálótervezés
- 6.B A tudásmenedzsment elmélete. Az egyéni és a szervezeti tudás értelmezésének és kezelésének módjai. A tudásmenedzsment gyakorlati szerepe a vállalatok működésében
- 7.B A kisvállalatok környezeti alkalmazkodásának új formái (franchise, hálózatosodás, klaszter, ipari park)
- 8.B A munkavégzésre irányuló jogviszonyok formái. A munkaviszony létesítése, alanyai, a munkaszerződés alaki és tartalmi követelményei
- 9.B A munkaviszony tartalmi sajátosságai: a munkáltatót és a munkavállalót megillető jogok és terhelő kötelezettségek jellemzői
- 10.B A munkaviszony megszűnésének és megszüntetésének formái és jogszerűségi kritériumaik
- 11.B A logisztika fogalma, szállítási fajták és jellemzőik
- 12.B A vállalati logisztika fogalma, elemei, raktározás, anyagmozgatás, csomagolás, elosztás
- 13.B Logisztikai költségek, logisztikai kontrolling
- 14.B A minőség fogalma, minőség értelmezések, a minőség költségei (termékek és szolgáltatások esetén)
- 15.B A minőségmenedzselés fejlődése, minőség-ellenőrzés, minőségsszabályozás, minőségügyi rendszerek, teljes körű minőségsszabályozás, minőségssbiztosítás, TQM

**GAZDÁLKODÁS ÉS MENEDZSMENT ALAPKÉPZÉS
NEMZETKÖZI GAZDASÁGTAN SPECIALIZÁCIÓ
„B” TÉTELSOR**

- 1.B A nemzetközi kapcsolatok alapvető szereplői, szerepük a világgazdaságban
- 2.B Regionális integrációk a világgazdaságban, létrehozásuk okai, az ASEAN és az EFTA rövid jellemzése
- 3.B Szegénység és a leküzdésére szolgáló fejlesztéspolitikai stratégiák
- 4.B A nemzetközi pénzügyi segélyek ismertetése és kritikus elemzése
- 5.B A közös piac: célok és eredmények
- 6.B A közös agrár- és halászati politika az EU-ban
- 7.B Közös monetáris politika az EU-ban
- 8.B Külkereskedelmi ügyletek
- 9.B Nemzetközi áru fuvarozás és problémái
- 10.B A Nemzetközi marketing alapfogalmai, koncepciói. A nemzetközi piacokra lépés formái
- 11.B Makrokörnyezet-elemzés a nemzetközi marketingben
- 12.B A nemzetközi 4P: A promóció alapvető fogalmai, a promóciós mix nemzetközi vonásai
- 13.B A disztribúciós rendszer feladatai, alapvető elméletei. A termékadaptáció kérdései
- 14.B Árképzési stratégiák nemzetközi környezetben
- 15.B Kereskedelemelméletek

GAZDÁLKODÁSI ÉS MENEDZSMENT ALAPKÉPZÉS
SHARED SERVICES EXPERT SPECIALIZÁCIÓ
„B” TÉTELSOR

- 1.B Szolgáltatások pozicionálása piaci versenyhelyzetben, hogyan befolyásolja a szolgáltatás milyensége a marketingstratégiát
- 2.B Ismertesse a szolgáltatások kialakításának, illetve fejlesztésének koncepcióját!
- 3.B Az ügyfélszolgálati tevékenység specialitásai (definíció, kihívások, stratégia, vezetés, elégedettség mérése)
- 4.B Az egyén szerepe az eredményes ügyfélszolgálatban (Önismeret, érzelmek, hangulat, érzelmi munka, érzelmi intelligencia, problémamegoldás, konfliktuskezelés, meggyőzés)
- 5.B A kommunikáció típusai, figyelem, a fogyasztók megtartása
- 6.B A tudásmenedzsment elmélete. Az egyéni és a szervezeti tudás értelmezésének és kezelésének módjai. A tudásmenedzsment gyakorlati szerepe a vállalatok működésében
- 7.B Mutassa be a termékek és szolgáltatások minőségi sajátosságait!
- 8.B Mutassa be a minőség létrehozásának fejlődését, a minőség nagy alakjainak fő elméleteit
- 9.B A projekt és a projektmenedzsment meghatározása, a projektek szervezeti felépítése, AoA és AoN diagrammok szerepe és elemzésük módszerei
- 10.B Projektek tervezése, idő és költségkontrollja, erőforrások elemzése. A projektek kockázatmenedzsmentje. A függőségi hálódiagrammok (precedence networks)
- 11.B Az ötrétegű hálózati modell. A rétegek rövid jellemzése
- 12.B IP-címek, címosztályok és jellemzőik. Az osztályos címzés korlátai
- 13.B Hálózati topológiák. Előnyök, hátrányok
- 14.B Az ER modell
- 15.B A relációs adatmodell alapfogalmai (reláció, tulajdonság, tartomány, megszorítások, séma, kulcsok)

**GAZDÁLKODÁSI ÉS MENEDZSMENT ALAPKÉPZÉS
MARKETING MENEDZSMENT SPECIALIZÁCIÓ
„B” TÉTELSOR**

- 1.B A Nemzetközi marketing alapfogalmai, koncepciói. Mikro környezet-elemzés. Motivátorok, akadályok. A nemzetközi piacokra lépés formái.
- 2.B Nemzetközi promóciós politika. Nemzetközi termékpolitika.
- 3.B Nemzetközi disztribúciós politika. Nemzetközi árpolitika
- 4.B A Corporate Identity és az egyedi arculat kérdései (felépítése, tartalmi és formai elemei, funkciói). A direkt- és online marketing.
- 5.B A reklám és az értékesítésösztönzés. A személyes eladás és a PR.
- 6.B Fogyasztói magatartás elméletek I.: Percepció, érzékelés, észlelés.
- 7.B Fogyasztói magatartás elméletek II.: Tanulási elméletek.
- 8.B Fogyasztói magatartás elméletek III.: Motiváció, személyiség.
- 9.B Fogyasztói magatartás elméletek IV.: Az attitűd.
- 10.B Fogyasztói magatartás elméletek V.: A kultúra, a kulturális értékek.
- 11.B A vásárlási döntés folyamata, a döntések típusai. A család szerepe. A vásárlás helye és a fogyasztói magatartás.
- 12.B A marketinginformációs-rendszer felépítése. A kutatási probléma meghatározása és megközelítésének kidolgozása. A kutatási terv fogalma. Kutatási módszerek osztályozása.
- 13.B Feltáró kutatási módszerek: Szekunder kutatás (szekunder adatok csoportosítása). Kvalitatív kutatás (kvalitatív módszerek).
- 14.B Leíró kutatási módszerek: megkérdezés (formái, kérdőív szerkesztés folyamata), megfigyelés.
- 15.B Véletlen és nem véletlen mintavételi technikák.