

FOKSZ Gazdálkodási és menedzsment tételek

(a 2019/20-as tanév II. félévétől)

Marketing, Piacelemzés és -fejlesztés
1. A piac marketing értelmezése, annak szereplői és mérési lehetőségei (piac fogalma, mérőszámai, szerkezete, piactípusok, a piac főbb szereplői, piaci információk)
2. A piacon végbemenő változásokról való tájékozódás módjai. A főbb piackutatási módszerek (szekunder kutatás, primer kutatás, annak típusai és jellemzői)
3. A stratégia (marketingstratégia) és az STP marketing összefüggései (szegmentáció folyamata, pozicionálási stratégiák)
4. Pozícióelemzési módszerek (SWOT, PEST(LE) analízis, GE-mátrix, BCG-mátrix, Ansoff-mátrix)
5. Marketing-mix, mint a pozicionálás eszköztára. A különböző piaci pozícióban lévő vállalkozások marketing stratégiáinak, marketing eszközkombinációinak jellemzése példákon keresztül (termékstratégiák, termékpolitikai döntések, árstratégiák, árpolitikai döntések, értékesítési stratégiák, értékesítési típusok, kommunikációs stratégiák, integrált marketing kommunikáció)
Környezet-gazdaságtan
6. A fenntartható fejlődés (a bioszféra, a gazdaság és a jólét kapcsolata, a fenntartható fejlődés fogalma, alapelvei és követelményei)
7. A gazdasági növekedés és a környezeti minőség kapcsolata (A Föld eltartóképesége és az ökológiai lábnyom fogalma, mértékegysége, a gazdasági növekedés és a környezetterhelés összefüggése, az N alakú Kuznets-görbe)
8. A természeti erőforrások és a „zöld” mutatószámok (a természeti erőforrások fogalma, fajtái és hasznosítási lehetőségük, szerepük a környezet-szennyezésben, az atomenergia előnyei és hátrányai, a „zöld” mutatószámok létrehozásának okai és jellemzői)
9. A Föld légköre és a klímaváltozás (a légkör szerkezete és szennyeződése, az üvegházgázok és az üvegházhatás, a klímaváltozás környezeti, gazdasági és társadalmi hatásai)
10. Az országok összefogása és nézeteltérései a környezet védelmében (a Római Klub tevékenysége, a Kiotói Szerződés létrejötte, céljai, eszközei és hatása, a Kiotói Szerződés folytatása és az EU környezetpolitikája)
EU ismeretek
11. Az Európai Unió kialakulásának főbb mérföldkövei (alapító tagországok, jelenlegi tagállamok, szervezeti felépítése). Magyarország EU csatlakozásának hatásai társadalmi és gazdasági szempontok alapján
Vezetés és szervezés
12. A vezetés, mint problémamegoldó folyamat értelmezése. A problémamegoldás lépései.

A vezető legfontosabb funkciói, azok tartalma
Stratégiai menedzsment
13. A stratégiai tervezés szintjei, folyamatrendszere
14. Az üzleti környezet vizsgálatának területei, módszertani eszköztára
Üzleti tervezés
15. Az üzleti terv elkészítésének fő célkitűzései. Az üzleti terv tartalmi és formai szempontjai, ezek érvényesíthetősége
Gazdasági elemzés, ellenőrzés és módszertana
16. A gazdasági elemzés célja, tárgya, területei, csoportosítása. A termékszerkezet meghatározásának jelentősége, számításának lépései. A fedezeti összeg tartalma. A munkaerő-gazdálkodás célja, feladata, elemzésének területei, alkalmazott mutatói
17. Az utólagos eredményelemzés célja, az eredményre ható tényezők és azok számszerűsítésének módjai
18. Az ellenőrzések fogalma, fajtái. Az ellenőrzési hiba típusa, javítások. Az ellenőrzés, önellenőrzés során megállapított hiba elszámolása, kimutatása a beszámolóban, nyilvánosságra hozatala. A bizonylati rend és okmányfegyelem ellenőrzése
Finanszírozás és pályázati tréning, Projekt- és teammenedzsment, Projekttervezés módszertana
19. A pénzügyi döntések és a finanszírozás összefüggése. Finanszírozási formák, főbb jellemzői, a tőke költsége. Az illeszkedési elv és a finanszírozási stratégiák
20. A projekt értelmezése, alapelvei, projektfázisok. A projekttervezés és -megvalósítás lépései. Főbb projekttervezési technikák és eszközök