

Gazdasági ismeretek

1. A vállalkozás célrendszere és környezete, a vállalkozások tulajdonosi szerkezete.

Az üzleti vállalkozás jellemzői, fogalma. A vállalkozások küldetése. A küldetés nyilatkozat tartalmi és formai követelményei. A célok rendszere (Szervezeti célok, egyéni célok, műszaki célok (funkcionális), gazdasági célok (funkcionális), szociális célok, minőségi célok, logisztikai célok, termelési, marketing, stratégiai, operatív, humán erőforrás célok, tulajdonosi célok, vezetői célok (menedzserek), alkalmazotti célok, társadalmi, politikai célok). A vállalkozások belső és külső érintettjei, a belső érintettek jellemzői.

2. Vállalkozások alapítása és megszűnése. Ismertesse a vállalkozási formákat, és röviden jellemezze őket!

A vállalkozások alapításának és megszűnésének szabályai. A GT alapítás általános szabályai. A társasági szerződés minimális tartalmi feltételei. Az előtársaság működési keretei. A cégbírósági bejegyzés menete. A GT legfőbb szerve. A GT ügyvezetése. A GT működésének ellenőrzése – felügyelő bizottság és könyvvizsgáló. Vállalkozási formák tulajdonforma, szervezeti forma, tevékenység típus és nagyságrend szerint. Jogi személyiség fogalma. A leggyakoribb vállalkozási formák: Kkt., Bt., Kft., Rt. jellemzőinek megadása (minimum taglétszám, tagi felelősség, induló vagyon minimum, induló minimum kp hányad).

3. A stratégiai tervezés szerepe a vállalat működésének hosszú távú megalapozásában.

A stratégiakészítés menetének ismertetése: 1. stratégiai elemzés: vállalati küldetés, környezet elemzés a vállalat átfogó elemzése (portfolióelemzés, életgörbe elemzések) 2. stratégiai döntés: stratégiai akcióváltozatok, akciók eredményeinek elemzése, összehasonlító elemzés, stratégiai nyilatkozat 3. a megvalósítás és vezetés folyamata: erőforrás és akciótervezés, funkcionális stratégiák, egységek stratégiai (SÜE), szervezettefejlesztés, kultúrafejlesztés, stratégia megvalósítás emberi feltételei

4. Ár-, költség-, nyereségmodell bemutatása. Ismertesse a fedezet-számítás lényegét! Egy tetszőleges példán keresztül mutassa be a fedezetszámítást!

A modell bemutatás, célja. Állandó és változó költség, proporcionális (arányosan változó) költségek, degresszív (arány alatt változó) költségek, progresszív (arány felett változó) költségek, regresszív (fordított arányú) költségek, fedezeti pont, fedezeti diagramm, fedezeti ár, fedezeti összeg és egységnyi fedezet.

5. **Ismertesse az üzleti tervezés fogalmait, folyamatát és tartalmát!**
Az üzleti terv készítésének célja, részei és azok bemutatása: 1.) Vezetői összefoglaló, 2.) A vállalkozás általános bemutatása 3.) Marketing Terv, 4.) Működési terv, 5.) Vezetőség és szervezeti felépítés 6.) Pénzügyi terv, 7.) Mellékletek
6. **Szerződés fogalma, szerződés létszakaszai, szerződés teljesítése és megszűnése.**
Mutassa be egy tetszőlegesen választott konkrét szerződősen keresztül (szállítási, vállalkozási, megbízási szerződés, bérlet, lízingszerződés)
7. **Ismertesse az emberi erőforrás gazdálkodás fogalmát, tartalmát, jelentőségét!**
Az emberi erőforrás menedzsment helye, szerepe a vállalkozások rendszerében. Munkaerő szükséglet meghatározása, kiválasztás, toborzás. Teljesítménykövetelmény rendszerek, ösztönzési -és motivációs rendszerek. Létszámleépítések előkészítése és lebonyolítása.
8. **Ismertesse a lízing konstrukciót, fajtáit és azok jellemzőit!**
Lízing fogalma. A lízing előnyei. A lízing fajtái: a./ Pénzügyi lízing (zárt, nyílt) 2./ Operatív lízing. A lízingtípusok jellemzői (számviteli nyilvántartás, amortizáció elszámolása, költségek viselése)
9. **Ismertesse a hitelezési elvek érvényesülését a hitelkérelmek benyújtásakor, valamint mutassa be a vállalati hitelezés folyamatát!**
Értékesítés, ügyfélbefogadás. Döntés előkészítés (ügyfélminősítés, elemzés, hitelezési irányelvek, visszafizetés forrásai, fedezetek, kondíciók. Döntés. Szerződéskötés, folyósítás. Monitoring
10. **Ismertesse marketing környezet tényezőit, a marketing-mix elemeit!**
Vállalati makro- és mikrokörnyezet értelmezése(külső-piaci és belső-vállalati helyzet elemzése, lehetőségek meghatározása érdekében. 4P alapmodell és az új 4 C modell ismertetése.
11. **Ismertesse a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezőket és a fogyasztói magatartás modellt!**
Fekete-doboz modell jelentőségének ismertetése. Inger válasz modellbemutatása. A fogyasztót érő külső hatások, a vásárlási döntési folyamat és a vásárlási döntést befolyásoló tényezők megadása.
12. **Szegmentáció, célcsoportképzés, pozicionálás szerepe (STP marketing a gyakorlatban)**
A piacszegmentálásának jelentősége. Szegmentálási kritériumok ismertetése. A szegmentálás folyamata. STP marketing stratégia. Pozicionálási lehetőségek megadása, példákkal.

- 13. Ismertesse a marketingkutatás eszközszerét (primer-, szekunderkutatás, kvalitatív-, kvantitatív technikák, kutatás folyamata)!**

A szekunder kutatás forrásai, felhasználásuk. Primer kutatási módszerek: kvantitatív és kvalitatív technikák ismertetése.

Kutatási terv részei, a kutatás folyamata. Kérdőív és interjúkészítés szabályai.

- 14. Termék és szolgáltatás értelmezése, marketingstratégiák a termékélet-görbe különböző szakaszaiban.**

Termékhagyma- modell ismertetése. Márka, design, csomagolás szerepe. Bevezetési, felfutási, érettségi és hanyatlási szakasz jellegzetességeinek ismertetése. Jellegzetes termékéletgörbe típusok megadása. Marketing stratégiák a termékéletgörbe különböző szakaszaiban.

- 15. Ismertesse a vállalati árpolitika lényegét!**

A marketing árpolitikai alapjai, árképzés szerepe. Költségelvű árképzés, keresletelvű árképzés, versenytársakhoz igazodó árképzés. Új termékek bevezetése: behatoló és lefölöző árstratégia. Differenciált árak, az ár pszichológiai szerepe.

- 16. Ismertesse a disztribúciós csatorna fogalmát, a lehetséges értékesítési csatornákat! Milyen döntésekkel szembesülnek a vállalatok a csatornák tervezése, irányítása, értékelése és módosítása kapcsán?**

Disztribúciós (értékesítési) csatorna fogalma, szükségessége. Klasszikus kereskedelmi út és egyéb formák. Csatornatervezési döntések: fogyasztói szükségletek elemzése, csatornával kapcsolatos célok meghatározása, majd csatornaválasztás (főbb csatornaváltozatok meghatározása. Húzó és toló stratégia értelmezése, példákkal. A bolt nélküli kiskereskedelem növekvő szerepe.

- 17. Ismertesse a marketingkommunikáció eszközszerét, valamint az imázs és vállalatszemeilyiség (Corporate Identity) lényegét, elemeit! A marketing kommunikáció tervezése.**

Marketing kommunikációs eszközszer megadása (Kommunikációs-mix). Imázs értelmezése, fajtái. A vállalati arculat kialakításának folyamata. A Corporate Identity tartalma, összetevői. A marketing kommunikáció tervezése: 5 M modell.

- 18. Ismertesse a menedzsment fogalmát, jellemzőit (komplexitás, rendszerszemlélet, folyamatelvűség), a menedzsment fő funkcióit (tervezés, szervezés, irányítás/ellenőrzés, vezetés), a menedzsment szintjeit és területeit.**

Menedzsment fogalma, jellemzői (komplexitás, rendszerszemlélet, folyamatelvűség, interdiszciplinaritás, team munka. Menedzsment fő funkciói (tervezés, szervezés, irányítás/ellenőrzés, vezetés). Menedzszeri szerepek és készségek. Menedzsment szintjei és területei.

- 19. A tervezés, mint menedzsment funkció tartalma és egyes lépései (célkitűzés, tevékenységek/cselekvési változatok kidolgozása, erőforrások allokációja, megvalósítás)!**

A tervezés jelentősége, egyes lépései. A célok kitűzése, prioritásuk és időbeliségük meghatározása, célok mérése, célkitűzés területei. Cselekvési módok meghatározása, stratégiák, taktikák, a cselekvések hatásának meghatározása előrejelző módszerekkel. Erőforrások allokációja, számbavétele, költségvetés készítése. Megvalósítás: tevékenységek és eljárások kidolgozása, implementáció eszközei (hatáskör, meggyőzés, politika).

- 20. A szervezés, mint menedzsment funkció tartalma. Szervezetek strukturális jellemzői: munkamegosztás, hatáskörmegosztás (centralizáció, decentralizáció), koordináció és konfiguráció. Szervezeti alapformák (lineáris, funkcionális, divízionális, mátrix-struktúra) bemutatása. Szervezeti struktúrák fejlődése.**

A szervezés tartalma: feladatok, erőforrások csoportosítása, egymáshoz rendelése. A szervezetek alakításának strukturális jellemzői: munkamegosztás (funkcionális, tárgyi, területi), hatáskörmegosztás (centralizáció és decentralizáció), koordináció (strukturális-, technokratikus-, személyorientált eszközök), konfiguráció (szervezeti forma megjelenése). Szervezeti alapformák jellemzése (lineáris, funkcionális, divízionális, mátrix-struktúra), előnyeik és hátrányaik bemutatása. Szervezeti struktúrák fejlődése (reengineering, outsourcing, vállalati szövetségek).

- 21. A szervezeti kultúra fogalma, jelentősége, alakító tényezői. A szervezeti kultúra jellemzői, megjelenési formái („jéghegy-modell”). A szervezeti kultúra összetevői Mc Kinsey szerint (7S modell). Jellegzetes kultúratipológiák és jellemzőik.**

Szervezeti kultúra fogalma, jelentősége (globalizálódás, mobilitás), alakító tényezői (alapítók döntései, misszió, társadalmi struktúra, normák és értékek, történetek, szimbólumok, működési mód). Szervezeti kultúra jellemzői és megjelenési formái (ceremóniák, szertartások; történetek, sztorik, legendák, mítoszok; nyelvezet, szakzsargon; szimbólumok, öltözködés, külső megjelenés; értékek, hiedelmek, attitűdök). Mc Kinsey 7S-modellje: stratégia, struktúra, rendszerek, stílus, munkatársak, szakmai ismeretek és készségek, közös értékek). Kultúratipológiák (pl. Handy-féle: hatalomkultúra, szerep-, feladat- és személyi kultúra)

- 22. A szervezeti motiváció fogalma, folyamata, alapmodellje. Jellegzetes motivációs rendszerek (tartalom- és folyamatelméletek). Vezetési stílusok alapformái és a vezetési stílust befolyásoló tényezők.**

A szervezeti motiváció fogalma, folyamat, alapmodellje. Jellegzetes motivációelméletek: tartalomelméletek (Maslow, Herzberg, McClelland, Alderfer, Hunt) és folyamatelméletek (elvárás, méltányosság, célkitűzés, megerősítés). Vezetési stílusok alapformái (autokratikus, demokratikus, laissez-faire), befolyásoló tényezői (a vezető személyisége, a beosztottak, a feladat jellege, a környezeti és vezetési helyzet)

- 23. Ismertesse a hazai erdőgazdálkodás fontosabb jellemzőit (erdőterület, fafaj összetétel, fakitermelés, főbb választékok és azok fafajonkénti megoszlása, stb.).**

Magyarország erdőterülete és a fontosabb fafajok aránya. Az erdő funkciói és ökológiai szerepe. A fakitermelés mennyisége, választék összetétele és fafaj összetétele. A sarangolt választékok (tűzifa, rostfa, forgácsfa) számbavételének problémái. Az energiafa növekvő mennyiségének indokoltsági kérdése.

- 24. Jellemezze a feldolgozási ágazatokat a faanyag feldolgozásának készülségi foka szerint!**

A fafeldolgozás szakmai tagolódása: hengeresfa-feldolgozás (furnér és rétegelt lemez gyártás, fűrészipar forgácslap, farostlemez és cellulóz gyártás, egyéb); továbbfeldolgozás (bútoripar, ajtó, ablak gyártás, faépítészet, papírgyártás, csomagolás és egyéb). A jellemző export és import termékek. A hengeresfa-feldolgozás, továbbfeldolgozás és késztermék gyártás sajátosságai és fontosabb jellemzői.

- 25. A fahasznosítás ökológiai és ökonómiai összefüggései, a fa szerepe a globális klímaváltozásban.**

A faanyag életútja az erdőtől a késztermékig. A fa és fatermékek szerepe a széndioxid körforgalomban. A faporok egészségre ártalmas hatásai. A fahulladékok típusai, hasznosítási lehetőségeik. A fafeldolgozás környezeti ártalmi és ökológiai mérlege.

- 26. A Föld erdőszültségének és fahasznosításának jellemzői és tendenciái.**

Földünk erdőterülete és az erdőszültség százalékos aránya. A trópusi erdők problémái. A világ erdőinek fafaj csoportjai (fenyő, lombos). Az éves fakitermelés mennyisége és összetétele (tűzifa, ipari fa). Nemzetközi fatereskedelem néhány jellemzője (Japán, Kína, Európa jelentős importja, északi államok – USA, Kanada, Dél-Kelet-Ázsia jelentős exportja)

Sopron, 2014. november 3.

Dr. Alpár Tibor
dékán