

Közgazdaság-marketing alapismeretek

Írásbeli témakörök

A vizsgasor fele-fele arányban teszt jellegű, illetve számítási és geometriai feladatokat tartalmaz közgazdaságtanból.

A közgazdaság-tudomány alapkategóriáinak megfogalmazása

A fogyasztói magatartás és a kereslet értelmezése

A vállalat és a termelői magatartás megadott szempont szerinti értelmezése

A vállalat kínálatának és a piac jellegének összevetése

A termelési tényezők piacának értelmezése

A makroökonómiai alapösszefüggések megfogalmazása

A makrogazdaság árupiaca – egyensúlyi jövedelem értelmezése

A makrogazdaság pénzpiacának, a kamatláb alakulásának bemutatása

A munkapiac

Az infláció és inflációs folyamatok bemutatása

A makrofolyamatok befolyásolhatósága, a gazdaságpolitika elméleti alapjának és gyakorlatának ismertetése

A nyitott makrogazdaság megadott szempontok szerinti értelmezése

Szóbeli vizsga (legalább 20, maximum 30 tétel)

„A” feladat: közgazdasági témakör

A közgazdaság-tudomány alapkategóriáinak megfogalmazása

A fogyasztói magatartás és a kereslet értelmezése

A vállalat és a termelői magatartás megadott szempont szerinti értelmezése

A vállalat kínálatának és a piac jellegének összevetése

A termelési tényezők piacának értelmezése

A makroökonómiai alapösszefüggések megfogalmazása

A makrogazdaság árupiaca – egyensúlyi jövedelem értelmezése

A makrogazdaság pénzpiacának, a kamatláb alakulásának bemutatása

A munkapiac

Az infláció és inflációs folyamatok bemutatása

A makrofolyamatok befolyásolhatósága, a gazdaságpolitika elméleti alapjának és gyakorlatának ismertetése

A nyitott makrogazdaság megadott szempontok szerinti értelmezése

„B” feladat: marketing témakör

A marketing kialakulásának, fogalmának, fejlődésének ismerete

A piac, a piaci környezet elemzése

A fogyasztói vásárlói magatartás tényezői

A célpiazi marketing

A marketing információs rendszere

A piackutatás fajtáinak, módszereinek megfogalmazása

A piackutatás felhasználási területei

A termékpolitika és az árpolitika értelmezése

Az értékesítési csatornák kiválasztása

A kommunikáció-marketingkommunikáció

A reklám szerepe, reklámeszközök, reklámhordozók

A public relations értelmezése

Az eladásösztönzés, a személyes eladás

Az image és az egyedi vállalati arculat megfogalmazása

Az egyéb piacbefolyásolási eszközök összevetése