



Záróvizsga témakörök a 2026/2027 tanévben záróvizsgázók számára¹

Gazdálkodási és menedzsment alapszak

1. A szervezeti folyamat fogalma és fő típusai, a funkcionális és a folyamatközpontú működés menedzsmentjének összehasonlítása (Folyamat- és Minőségmenedzsment)
2. A folyamatok standard működésének és kontrolljának logikája, a standard munka jellemzői és a teljesítménymérés három szintje (Folyamat- és Minőségmenedzsment)
3. A PDCA-ciklus szerepe a folyamatos folyamatfejlesztésben, valamint az ok-okozati elemzés és a Pareto/ABC-elemzés alkalmazása (Folyamat- és Minőségmenedzsment)
4. A Kano-modell, alkalmazásának lépései és menedzsmentkövetkeztetései (Folyamat- és Minőségmenedzsment)
5. A SERVUCTION modell és üzenete, valamint a Schmenner-féle szolgáltató szervezeti csoportosítás és kapcsolata a szolgáltatási folyamatok típusaival (Folyamat- és Minőségmenedzsment)
6. A mai konszenzus a jegybankról és a monetáris politikáról: intézményi keret és rezsim (Gazdaságpolitika)
7. A főbb gazdaságpolitikai iskolák összehasonlító bemutatása (neoliberalizmus, jóléti állam, szociális piacgazdaság, ázsiai kapitalizmus) (Gazdaságpolitika)
8. Világrégiók fogalma és a világrégiók kapcsolatai i.sz. 1000 körül (Gazdaságtörténet)
9. Érvek a szabadpiac mellett (miért jó a szabadpiac és kinek) Nagy-Britannia szerint (Gazdaságtörténet)
10. Problémák az első világháború lezárulása után (a 7 alapprobléma) (Gazdaságtörténet)
11. Fogyasztási és beruházási kereslet, valamint a pénzkereslet alapvető tényezői (Közgazdaságtan II.)
12. A klasszikus és a keynesi feltevések összehasonlítása a makroökonómiai elemzésekben (Közgazdaságtan II.)
13. Értékvezérelt marketingstratégia: szegmentálás, célpiac kiválasztása, pozicionálás (SZTP) (Marketing)
14. Integrált marketing program: marketing mix a termékkategóriák és a termékéletciklus szerint (Marketing)

¹ Tanulmányaikat 2023 őszén vagy az előtt kezdő alapszakos hallgatók számára.

15. Marketingkörnyezet: marketing információ rendszer (MIR), környezeti tényezők elemzése, vállalati reakciók (Marketing)
16. A fogyasztói piac (B2C): a fogyasztói magatartás modellje, a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők, a vásárlási döntési folyamat, a vásárlási döntési típusok (Marketing)
17. A szervezeti piac (B2B): jellemzői, az üzleti vásárlói magatartás, a beszerzési folyamat résztvevői, a beszerzési döntés folyamata (Marketing)
18. Marketingstratégia: a vállalati stratégiai tervezés lépései, az üzleti portfólió elemzése, növekedési stratégiák és marketing elemzés (BCG mátrix, Ansoff mátrix, SWOT) (Marketing)
19. A vezetők és a menedzserek jellemzőinek összehasonlítása John P. Kotter felfogása alapján, összefüggések a menedzsment folyamata és a menedzsmentfunkciók között (Menedzsment I.)
20. Herzberg kéttényezős elmélete és annak gyakorlati következtetései a motivált munkahelyi magatartás fenntartására (Menedzsment I.)
21. A képzés és fejlesztés fogalma, a belső és külső, valamint az on-the-job és off-the-job módszerek összehasonlítása és modern megközelítései (Menedzsment II.)
22. A teljesítménymenedzsment fogalma, fő formái és résztvevői, valamint a teljesítményértékelés módszerei (Menedzsment II.)
23. Mérleg fogalma a számviteli törvény szerint, mérlegegyezőség elve (Számvitel I.)
24. Cash flow kimutatás fogalma, funkciója, cash flow kimutatás szerkezeti felépítése, részei (Számvitel I.)
25. Gyártó-, kereskedelmi és szolgáltató vállalkozások készleteinek számviteli elszámolása, valamint a gyártási költségek megjelenése a készletek bekerülési értékében (Számvitel II.)
26. Tárgyi eszközök mérlegtételei, bekerülési értékük összetevői és jellemző gazdasági eseményei (Számvitel II.)
27. Immateriális javak mérlegtételei, bekerülési értékük összetevői és jellemző gazdasági eseményei; a kutatás és fejlesztés számviteli elszámolása (Számvitel II.)
28. Céltartalékok és függő kötelezettségek összehasonlítása, megjelenítésük szabályai, valamint a céltartalékok mérlegtételei és képzésük szabályai (Számvitel II.)
29. A bevétel, az árbevétel és a nyereség fogalma, a bevételek eredménykimutatásban történő megjelenítésének elvei és főbb típusai, példákkal szemlélítve (Számvitel II.)
30. A disztributív és integratív tárgyalási stratégiák fogalma, fő jellemzői, alkalmazásuk feltételei és összehasonlítása. (Tárgyalástechnika)

31. A tárgyalóerő és a TELA fogalmai, kapcsolata. A kilépési ár, az első ajánlati ár és a tárgyalási zóna. (Tárgyalástechnika)
32. A jogviszony fogalma (alanya, tárgya, tartalma, abszolút/relatív szerkezete, példákkal) (Üzleti jog I-II.)
33. Szerződés fogalma és létrejötte (Üzleti jog I-II.)
34. A szerződés (jó) teljesítésének főbb szabályai (Üzleti jog I-II.)
35. A mérési skálák, az egyes mérési szinteken alkalmazható középérték- és ingadozásmutatók (Üzleti statisztika I-II.)
36. A hipotézisvizsgálatok célja és legfontosabb lépései, az első- és másodfajú hiba fogalma (Üzleti statisztika I-II.)
37. A korrelációs, regressziós és determinációs együttható fogalma, az asszociációs és vegyes kapcsolat szorosságának jellemzése (Üzleti statisztika I-II.)
38. A vállalatok társadalmi felelősségvállalása és a közös értékteremtés közötti különbségek, példákkal alátámasztva (Vállalati környezetmenedzsment)
39. A teljes életciklus-elemzés célja, környezeti hatáskategóriái és vállalati alkalmazási lehetőségei (Vállalati környezetmenedzsment)
40. A vállalati környezeti és fenntarthatósági teljesítmény dimenziói, azok együttes értékelésének jelentősége és gyakorlati megvalósulása (Vállalati környezetmenedzsment)
41. A vállalkozási ötlettől az életképes üzleti lehetőségig és működő üzleti modellig vezető folyamat, az értékajánlat és az üzleti modell szerepe, a vállalkozási feltételezések validálása (Vállalati menedzsment rendszerek)
42. A várható kereslet és a rendelkezésre álló erőforrások összehangolása, valamint az előrejelzés, a kapacitásmenedzsment és a készletgazdálkodás szerepe (Vállalati menedzsment rendszerek)
43. A projektmenedzsment és a projektmenedzser szerepe a projektsiker elérésében, a projektsiker fő szempontjai, valamint a prediktív és agilis projektmenedzsment összehasonlítása (Vállalati menedzsment rendszerek)
44. Jelenérték számítás és nettó jelenérték (NPV) (Vállalati pénzügyek I.)
45. Belső megtérülési ráta (IRR) és egyéb beruházási kritériumok (Vállalati pénzügyek I.)
46. Diverzifikáció (Vállalati pénzügyek II.)
47. CAPM, Értékpapírpiazi egyenes (Vállalati pénzügyek II.)
48. Tőkeköltség, súlyozott átlagos tőkeköltség (WACC) (Vállalati pénzügyek II.)
49. Tőkeszerkezeti politika és Modigliani-Miller tételek (Vállalati pénzügyek II.)
50. Osztalékkifizetés formái, osztalékpolitika (Vállalati pénzügyek II.)
51. A stratégiai előny forrásai és Porter generikus stratégiái (Vezetés és szervezés)

52. A szervezet belső környezete, az erőforrások, képességek, alapvető és megkülönböztető kompetenciák, valamint ezek elemzése a VRIO-keretrendszer és a SWOT-elemzés segítségével (Vezetés és szervezés)
53. A szervezet külső környezete és annak szintjei, valamint elemzésük a PESTEL-analízis, Porter öt erő modellje és a SWOT-elemzés segítségével (Vezetés és szervezés)
54. A vezető-beosztott csereelmélet (LMX), az erős és gyenge minőségű LMX, valamint a vezető-beosztott kapcsolat minőségének fejlődési modellje (Vezetés és szervezés)
55. A karizmatikus vezetők viselkedési jellemzői és tulajdonságai, a karizmatikus vezetés forrásai és hatásai, valamint a szocializált és öncélú karizmatikus vezetők jellemzői (Vezetés és szervezés)
56. A pénzügyi számvitel, a vezetői számvitel és a kontrolling fókusza közötti különbségek (Vezetői számvitel)
57. A költség fogalma, csoportosítási lehetőségei, valamint a releváns és nem releváns költségek összehasonlítása (Vezetői számvitel)
58. A költségtervezés és az eredménytervezés lényege (Vezetői számvitel)
59. A közvetlen és közvetett költségek elszámolása (Vezetői számvitel)
60. Az előállítási költség fogalma, szintjei és azok tartalma (Vezetői számvitel)