



**ELTE | GTK**  
GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

**Eötvös Loránd Tudományegyetem**  
**Gazdaságtudományi Kar**

**Marketing mesterképzés**  
**Szigorlati tárgyak és témakörök**  
**2023/2024. tanév**

## **Menedzsment ismeretek szigorlat**

**(GTI14MN182; GTI14ML182)**

### **Marketing tárgy témakörei<sup>1</sup>**

1. Marketingstratégia
  - Üzleti portfólió elemzése, növekedési stratégiák
  - Versenytárs stratégia
  - Szegmentálás, célpiac kiválasztása, pozicionálás (SZTP)
2. Marketing környezet és marketingkutatás
  - A vállalat környezetének elemzése
  - Marketing információs rendszer és marketingkutatás
3. Fogyasztói piac és szervezeti piac
  - Fogyasztói döntés folyamata
  - A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők
  - A szervezeti piac sajátosságai
4. Marketing eszközrendszer (termék, ár, értékesítés és kommunikáció)
  - Termékpolitikai döntések
  - Árpolitikai döntések
  - Értékesítési politikai döntések és marketing-kommunikáció

### **Szervezeti magatartás tárgy (GTI22MM104) témakörei**

1. Szervezeti szintű magatartási alapú döntések – szervezeti kultúra
  - A szervezeti kultúra fogalma, működése és jelentősége a szervezeti működésben
  - A kultúra kialakulását és fenntartását befolyásoló tényezők
  - A kultúra globális kontextusa
2. Vezetési dilemmák és stílusok, a vezető-beosztott viszony dinamikája
  - A vezetés fogalma, a vezetés tulajdonságelméleti megközelítése
  - A vezetés magatartástudományi megközelítése
  - A vezetés szituatív megközelítése
  - Modern vezetéselméletek
3. A teljesítményfokozás motivációs kérdései I.
  - A motiváció és a teljesítmény kapcsolata, a motiváció folyamata
  - A motiváció tartalomelméletei
4. A teljesítményfokozás motivációs kérdései II.
  - A motiváció folyamatelméletei
  - A motivációt a magatartás következményei felől megragadó elméletek

### **Üzleti jog tárgy (GTI22MM109) témakörei**

1. Szervezeti jogalanyiség, a jogi személyek szabályozásának általános kérdései
  - Szervezeti jogalanyiség lényege, természetes személy, jogi személy (azonosságok, különbségek)
  - Jogi személyek jellemzői, szabályozásuk rendszere, főbb vonásai

---

<sup>1</sup> Marketing mesterszakon elvárt alapvető marketing ismeretek. Az egyes témakörök érintőlegesen megjelennek a különböző marketing szakmai tárgyak tananyagaiban is.

- Típuskényszer, diszpozitivitás a Polgári Törvénykönyv „jogi személyek”-ről szóló III. Könyvében
2. Gazdasági társaságok létszakai a társasági jogi szabályokban
    - Gazdasági társaságok fogalmi ismérvei, alapítása
    - Gazdasági társaság megszűnésének esetei, a társaságok jogutód nélküli megszűnése
    - Státuszváltások a társasági jogban (átalakulás – formaváltás, egyesülés, szétválás)
  3. Jogi személyek szervezetére vonatkozó általános szabályok, gazdasági társaságok szervezete
    - Legfőbb szerv (a jogi személyek általános, és a gazdasági társaságok közös szabályai szerint)
    - Ügyvezetés (a jogi személyek általános, és a gazdasági társaságok közös szabályai szerint)
    - A társaság kontrollszervei: a felügyelőbizottság és a könyvvizsgáló (a jogi személyek általános, és a gazdasági társaságok közös szabályai szerint)
  4. Egyes társasági formák speciális társasági jogi szabályai
    - Személyegyesítő kistársaságokra vonatkozó szabályok: a kkt. és a bt.
    - Kft.-re vonatkozó szabályok
    - Részvénytársaságra vonatkozó szabályok

### **Marketing szakmai ismeretek szigorlat**

**(GTI14MN187; GTI14ML187)**

#### **Marketingkutatói módszerek tárgy (GTI21MN113, GTI21ML113) témakörei**

1. Kutatási probléma, kutatási terv
  - A marketinginformációs rendszer
  - Marketingkutatói alapfogalmak
  - Mintavételi módszerek
2. Kvalitatív kutatás
  - Mélyinterjú, fókuszcsoport, és projektív technikák
  - Egyéb kvalitatív technikák
3. Kvantitatív kutatás
  - Kérdőív szerkesztés, mérés és skálaképzés
  - Többváltozós elemzések

#### **Meggyőzőestechnika tárgy (GTI21MN111; GTI21ML111) témakörei**

1. Meggyőzés kognitív alapjai
  - Kognitív és kulturális lehetőségek és korlátok (heurisztikus és szisztematikus út)
  - Attitűdök mérése
  - Önészlelés, attitűdkonfliktus, kognitív disszonancia
2. Meggyőzés kommunikációs alapjai
  - A kommunikáció értelmezései és a befolyásolás formái
  - Szituációk észlelése, helyzetek kihasználása

- Hibás és veszélyes kérdések
- 3. Deduktív és induktív következtetések
  - Érvényesség, megdönthetőség, formalitás
  - Kijelentéslogika
  - Induktív érvek
- 4. . Érzelmi intelligencia, keretezés és kríziskommunikáció
  - Érzelmi intelligencia az üzleti életben
  - Keretezés jelentősége, típusai (nyomatékosító, ekvivalens)
  - Céges konfliktusok és az intézményi válságok kommunikációs kihívásai

Stratégiai marketing I-II. tárgyak (GT122MN107; GT122ML107) témakörei

1. Piacorientált és erőforrás-alapú szemlélet megjelenése a marketingstratégiákban. A holisztikus marketingkoncepció
  - Piacorientált szemlélet
  - Az erőforrás-alapú szemlélet
  - Holisztikus marketing dimenziói
2. Marketingstratégia, marketingmenedzsment, marketingtervezés
  - Marketingstratégia és a marketingmenedzsment kapcsolata, feladata, folyamata
  - Marketingtervezés folyamata, a marketingterv felépítése. Az STP stratégia, a marketing mix(ek) és szerepük, elemzési módszereik
3. Marketingcsatorna tervezés és -menedzsment
  - A marketingcsatorna környezete
  - Csatornatervezési döntések
  - Marketingcsatorna irányítási döntések
4. Kiskereskedelmi stratégia és a kiskereskedelmi mix elemei
  - Kiskereskedelmi stratégia
  - A kiskereskedelmi mix elemei: választék-, ár-, kommunikációs politika, szolgáltatások, üzlet kialakítása, telephelyválasztás