

# MŰSZAKI MENEDZSER MESTERSZAK MENEDZSMENT SPECIALIZÁCIÓ - ZÁRÓVIZSGA TÉTELEK

## INFORMÁCIÓMENEDZSMENT

### 1. Az információtechnológia stratégiai jelentősége

- Az IT fejlődésének három korszakos modellje.
- Az IT szerepe Porter öt erő modelljében. Stratégiai rács.
- Általános IR stratégiák.

### 2. Informatikai rendszerfejlesztés

- Rendszerfejlesztési szemléletek (modellszemlélet, iterativitás, architektúraszemlélet, modularitás.)
- A fejlesztés folyamatmodelljei (vízesésmodell, V-modell, működő modellek).
- A rendszerfejlesztés folyamata során követendő elvek.

### 3. Üzleti intelligencia

- BI-rendszerek (EPM, CRM, ESS/EIS)
- Diszparát adatok szerepe és tisztítása
- OLAP és OLTP alkalmazások, jellemzőik

### 4. Informatikai rendszerek működtetése

- Informatikai szolgáltatások
- Üzemeltetés
- Üzembiztonság

## NONPROFIT MENEDZSMENT

### 1. Nonprofit alapok és elméletek

- Nonprofit szervezetek általános ismérvei, és a nonprofitsággal kapcsolatos kételyek és dilemmák.
- Nonprofit szervezetek elméletei (közgazdasági jellegűek: heterogenitásteória, bizalomelmélet, kínálati oldal elmélete, hatékonysági és optimalizációs elméletek, interdiszciplináris jellegűek: interdependencia elmélet, társadalmi eredet modell).
- Egyesület, alapítvány, nonprofit gazdasági társaság céljai, valamint szervezeti és működési jellemzői, előnyeik hátrányaik, továbbá közhasznú nyilvántartásba vétel feltételei, valamint az önkéntes munka jellemzői és köztehermentes juttatásai.

### 2. A nonprofit szervezetek üzleti szervezetektől legfontosabb eltérései.

- A vállalatokat és a nonprofit szervezeteket megkülönböztető ismertetőjegyek, a stratégiai tervezés és a vállalkozás sajátosságai a nonprofit szervezetekben.
- A szemetesláda-modell és következményei.
- A testületi kormányzás problémái. Teljesítménymérés nonprofit szervezetekben.

### **3. A költségvetési szervek üzleti szervektől legfontosabb eltérései.**

- Az üzleti szféra és a közszféra szervezeti kultúrájának összehasonlítása, a kormányzati nonprofitok általános hatékonysági problémái.
- A – New Public Management terminológiája szerinti – közszolgáltatóra jellemző régi és új szabályok, a szabályok mögötti megfontolások.
- A versenyző magánvállalat és a közszolgáltató összehasonlítása, a tulajdonságok indoklása.

### **4. A költségvetési szervezetek menedzselési problémái**

- A bürokratikus koordináció eszközei, előnyei, hátrányai,
- Miért sikertelen a 2008-2010 közötti kísérlet?
- A kormányzati nonprofitok hatékonysági problémái

## **STRATÉGIAI MENEDZSMENT**

### **1. Márkák és érdekcsoportok**

- Identitás, márka, imázs, reputáció.
- Tulajdonosok, stakeholderek, hatalom/érdek mátrix.
- A lobbizás fajtái, compliance management

### **2. A külső környezet vizsgálatának módszerei**

- A környezet fogalma, szintjei, típusai.
- A vállalat tág környezetének vizsgálata: a PEST-analízis.
- Porter öt erőhatáson alapuló modellje.

### **3. Stratégiai alternatívák**

- Versenystratégiák, a Porter-mátrix.
- Fejlesztési stratégiák, az Ansoff-mátrix.
- Stratégiai szövetségek.

### **4. A stratégiai célok meghatározása, a stratégia megvalósítása.**

- A célrendszer meghatározása.
- A küldetés és a jövőkép.
- Kiegyensúlyozott stratégiai mutatószámrendszer (Balanced Scorecard).

## **SZOLGÁLTATÁSMARKETING**

### **1. A szolgáltatásmarketing alapvető jellemzői**

- Szolgáltatások csoportosítása.
- A szolgáltatások sajátosságai (HIPI-elv).
- A szolgáltatásmarketing 7P modellje.

### **2. A szolgáltatások minőségére ható tényezők**

- A minőség különböző megközelítése.
- Szolgáltatásminőség mérése (SERVQUAL, SERVPERF).
- A kritikus esetek módszere.

### **3. A szolgáltatások esetében alkalmazott marketingstratégiák**

- Szolgáltatók alapstratégiái.
- Szolgáltatás/piac stratégiák.
- Az E-stratégia hatása a szolgáltatás alapmodelljére.

### **4. Kétoldalú kockázat a szolgáltatásoknál**

- A kétoldalú kockázat jelentése.
- A kétoldalú kockázat csökkentését elősegítő módszerek (kapacitásmenedzsment, hozammenedzsment, aktív ügyfél-politika).
- Panaszszituáció menedzsment.

## **VÁSÁRLÓI MAGATARTÁS**

### **1. A fogyasztói magatartás fő befolyásoló tényezői**

- Tágabb környezeti hatások (Trendek, makrokultúra dimenziók).
- Szűkebb környezeti hatások (társadalmi és csoportbefolyás, személyes interakciók).
- A pszichológiai befolyásoló tényezők szerepe.

### **2. A beszerzői magatartást befolyásoló tényezők**

- A szervezeti vásárlás fogalma és modellje.
- A beszerzési központ fogalma és szerepkörei.
- A Webster-Wind modell.

### **3. Vásárlási döntés folyamat a fogyasztói piacon**

- Probléma felismerés és a kiválasztás megoldásai.
- A vásárlási döntések típusai, érzékelt kockázatok, involvement.
- A vásárlói lojalitás és jövedelmezőség összefüggése.

### **4. Beszerzési döntési folyamat**

- Beszerzési orientációk, beszerzési piackutatás.
- A beszerzési helyzet típusai, beszerzési kockázatok.
- A beszerzési döntési folyamat elemei.

## **MINŐSÉGMENEDZSMENT MÓDSZEREK (SPC)**

### **1. SPC alkalmazásának alapfogalmai:**

- Minőség szabályozás helye, szerepe a minőségrendszerek fejlődésében
- Folyamatokban előforduló hibák típusai, szabályozottság, képesség fogalma
- Az SPC rendszerek logikai felépítése, működése

### **2. Képességelemzés**

- Minőségképesség-elemzés lényege, fajtái, módszerei
- Folyamatképesség-vizsgálat képesség-indexekkel és Gauss-hálóval
- Mérési rendszerek vizsgálata

### **3. Ellenőrzőkártyák alkalmazása**

- Szabályozás logikai menete, határok meghatározása, kártyák fajtái, OC-görbe, ARL, nem véletlen hatások
- Méréses ellenőrzőkártyák (átlag, terjedelem, egyedi érték, mozgó terjedelem kártyák), minősítéses kártyák alkalmazása
- Speciális kártyák (cusum, sávós ellenőrzőkártyák)

### **4. Átvételi minőség-ellenőrzés**

- Alapelvek: mikor használjuk, előnyei, hátrányai, mintavételi terv, OC görbe
- Minősítéses mintavételi tervek, egylépcsős, kétlépcsős terv, ASN
- Szekvenciális mintavételi terv lényege, működése

## **TECHNOLÓGIAMENEDZSMENT**

### **1. Technológiai életciklusok**

- A technológiai életciklus S-görbéjének mibenléte, dominancia és differenciálódás
- Az S-görbe első és második szakaszának jellemzői
- Az S-görbe harmadik és negyedik szakaszának jellemzői

### **2. A vállalat információtechnológiai vagyona**

- A humán vagyon
- A technológiai vagyon
- A kapcsolati vagyon

### **3. A technológia stratégiai menedzselése**

- A technológia stratégiai menedzselésének három alapelve
- A technológiai stratégia megtervezésének néglépéses folyamata
- A három leggyakoribb technostratégiai típusok

### **4. Magkompetencia-menedzsment**

- A magkompetencia fogalma
- A verseny szintjei a magkompetencia-elmélet szerint
- A magkompetencia-menedzsment fő teendői

## **STRATÉGIAI MARKETING**

### **1. Az értékvezérelt marketing koncepciója**

- Az értékvezérelt marketing koncepciója, a vevőérték fogalma és összetevői, az értékteremtés marketing jellegű hajtóerői
- A tranzakciós és a kapcsolati marketing különbségei, fogyasztói elégedettség és lojalitás, a lojális vevők jövedelmezőségének marketing tényezői
- A vevői felhatalmazódás üzleti modelljei és marketing gyakorlata

## **2 Értékvezérelt marketingstratégia**

- Az értékvezérelt marketingstratégia fogalma, a külső környezet stratégiai elemzésének előnyei, szintjei, folyamata
- A makro- és versenykörnyezet elemzésének módszerei, a piac mérőszámai
- A belső környezet: marketing erőforrások és képességek, az üzletágak értékteremtő képessége (értékmátrix), üzletági stratégiai célkitűzések

## **3. A piacválasztás és a növekedés stratégiái**

- A fogyasztói és a szervezeti piac szegmentálásának fő tényezőcsoportjai, a szegmentációs gyakorlat változása: szegletmarketing, tömeges testreszabás, közös alkotás
- A megkülönböztető előny kiépítésének stratégiái, pozicionálásának fő szempontjai és módjai, pozicionálási koncepció és újtermék fejlesztés
- Termék/piac növekedési stratégiák és alkalmazásuk marketing megoldásai

## **4. Márka- és árstratégiák**

- Fogyasztói és pénzügyi márkaérték, a márkastratégia kiépítésének modelljei (márkaismeret, márkakoncepció, márkastruktúra, márkarezonancia)
- Multimárkázási és márkakiterjesztési stratégiák, alkalmazásuk előnyei és hátrányai
- Az értékalapú árképzés alapelvei, jellemzői, a piaci bevezetés árstratégiái

# **HATÉKONY VEZETÉS**

## **1. Vezetéselméleti megközelítések**

- Hagyományos vezetéselméleti megközelítések lényege, fő mondanivalója (tulajdonságelmélet, magatartáselmélet, szituáció / kontingenciaelmélet)
- Modern vezetéselméleti megközelítések lényege, fő mondanivalója 1. (út-cél elmélet, vezető-beosztott csereelmélet)
- Modern vezetéselméleti megközelítések lényege, fő mondanivalója 2. (szolgáló vezetés, hiteles vezetés)

## **2. Vezetői intelligenciák és erősségeken alapuló vezetés**

- Szociális és kulturális intelligencia jelentősége
- Rejtett és politikai intelligencia jelentősége
- Erősségekre való építkezés filozófiája, az erősségek túlzásba vitelének problémái

### **3. Vezető-beosztott kapcsolat**

- Követők típusai, a „jó” követő jellemzői
- Vezető-követő integrált modell
- A bizalom szerepe és menedzselése

### **4. Speciális vezetői kérdések**

- A női vezetők előtt álló akadályok (kedvezőtlen munkaerőpiaci tendenciák, szegregáció)
- Az Y generációs és problémás alkalmazottak vezetése
- Vezetésfejlesztési feladatok a vezetés öt szintjén (Maxwell)