

## **Műszaki menedzser mesterszak záróvizsga-tételei – 2022/23/1 félévtől**

### **Menedzsment tételsor**

1. A matematikai statisztika lényege, a mintavétel és a következtetés hibái, a statisztikai feldolgozás lépései:

- Leíró statisztikai mutatók értelmezése, a statisztikai mutatók tulajdonságai, főbb ábrázolási módok
- Becslésmélelet, a becslés tulajdonságai, intervallumbecslés
- A hipotézisvizsgálatok általános menete, statisztikai próbák és hipotéziseik, alkalmazásuk feltételei
- Korreláció- és regressziószámítási alapok, a modell alapfeltevései, a mutatók és a regressziós együtthatók értelmezése, tesztelése

2. Menedzsment elméletek és módszerek, alkalmazásuk és kritikáik:

- Milyen menedzseri készségeket ismer és ezek alkalmazására milyen jó és rossz példákat tud?
- Ismertesse a szervezeti kultúra típusokat Handy és Quinn szerint! Hogyan illeszkednek a szervezeti felépítések és a kultúrátípusok?
- Mutassa be a tanult motivációs elméleteket és ismertessen egy-egy alkalmazási példát (Maslow, Herzberg, McClelland, Vroom, Adams, Locke és Skinner elméletei)!
- Ismertesse a tanult vezetési stílusokat és mondjon példákat, mikor javasolt az adott vezetési stílus alkalmazása (Lewin, Tannenbaum-Schmidt, Ohio State University, Blake-Mouton és Hersey-Blanchard elméletei)!

3. Szegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás és STP stratégia

- Mutassa be a szegmentálás folyamatát és főbb jellemzőit, valamint sorolja fel a szegmentációs ismérveket!
- Ismertesse az STP stratégiát, annak folyamatát és példákon keresztül mutassa be részletesen a pozicionálás dimenzióit
- Példák segítségével ismertesse az öt pozicionálási stratégiát!
- Határozza meg az észlelési térképet és egy tetszőlegesen választott példán keresztül ismertesse az alkalmazását!

4. A minőség biztosítása a vállalati működésben

- Az aktuális ISO 9000-es szabványcsalád főbb jellemzői
- A Six Sigma és a Lean Six Sigma megközelítések sajátosságai
- Szervezeti önértékelés

5. Folyamatmenedzsment

- A folyamatok rögzítésének és nyomon követésének módszerei, eszközei (előnyök, hátrányok)
- A hibaelemzés módszerei (előnyök, hátrányok)
- Folyamatfejlesztési modellek, hasonlóságok, különbségek, kritikák

6. A vevői igények és kielégítésük menedzsmentje

- A vevői igények előrejelzésének módszerei és alkalmazási kérdései
- Az igény-előrejelzés hibáinak értékelése és a működésre gyakorolt következményei
- A vevői igények kielégítését biztosító kapacitások vizsgálata és módosítási lehetőségei

## 7. Készletgazdálkodás

- A készletezési rendszerek működése és a készletgazdálkodási folyamatokhoz kapcsolódó költségek
- A készletgazdálkodás menedzsment kérdései mennyiségi árkedvezményekkel számoló EOQ modellekben
- A készletgazdálkodás menedzsment kérdései sztochasztikus EOQ modellben

## Értékmenedzsment

### 1. Az érték módszertan

- Az érték módszertan alkalmazási területe, jellemzői, előnyei és hátrányai
- A szabványos módszertan lépései, kapcsolódó menedzsment eszközök
- Témahatárok kitűzése, célkitűzés, kulcs teljesítménymutatók meghatározása

### 2. Funkcióelemzés

- A funkció fogalma, a funkcióelemzés feladatai és problémái
- A funkció meghatározás módszerei, funkciómodellek
- Funkció-költség elemzés és kapcsolódó technikák, gyakorlati példa a megvalósításra

### 3. Csoportos kreatív technikák

- Fejlesztési csapatok típusai, a team összeállításának szempontjai, lehetséges nehézségei
- Csoportos kreatív technikák ismertetése, a technikák hasonlóságainak és különbségeinek szemléltetése
- Szelektálási módszerek, alkalmazási példák

### 4. Javaslatok kidolgozása

- Ötletek és javaslatok különbségei, példái, témalapok kidolgozása
- Javaslati rendszer működése
- A megvalósítás kihívásai, gyakorlati problémái

### 5. Az értékvezérelt szolgáltatásmarketing 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

### 6. Értékvezérelt szolgáltatásmarketing stratégia

- Az értékvezérelt marketingstratégia fogalma
- A stratégiára ható külső tényezők ismertetése (makrokörnyezet, versenykörnyezet)
- A belső képességek és a vevői érték összehangolása

7. A vevők szerepe az értékteremtésben

- A fogyasztói magatartás szakaszai a szolgáltatások esetében
- A fogyasztásra ható tényezők és megjelenési példák
- Az érzékelt kockázat és a fogyasztói érték kapcsolata

8. Taktikai marketing eszközök a szolgáltatásmarketingben

- Az alap (4P) marketing eszközök fogyasztóorientált alkalmazása
- Az emberi tényező, a tárgyi eszközök és a folyamatmenedzsment hatása a vevői értékre
- A HIPI jellemzők és a vevői érték