

Gazdasági ismeretek

A projektmunka témakörei közép- és emelt szinten

A projekt kidolgozásakor, a részletes követelményekben meghatározott szintenkénti elvárásoknak kell tükröződniük. A projekt témák után található szempontok, kérdések, kulcsszavak stb. segítséget adnak, a téma minél teljesebb körű feldolgozásához.

I. témakör

Egy szabadon választott vállalat értékesítési és marketing tevékenységének bemutatása

- Milyen termékeket értékesít a vállalat?
- Hogyan történik a termékek értékesítése?
- Jellemezze a vállalat marketing stratégiáját!
- Hogyan alkalmazza a cég - a marketing stratégia megvalósításához - a marketing-mix egyes elemeit a különböző célpiacokon?
- Tegyen javaslatot a marketingmunka javítására!

II. témakör

Vállalkozzon szabadon!

Lakókörzetében milyen vállalkozást érdemes indítani, ha 25 millió Ft áll a rendelkezésére?

- Támassa alá kutatásokkal és érvekkel, hogy miért éppen a választott üzletágba fekteti a pénzét!
- Készítsen üzleti tervet az alábbi szempontok felhasználásával:
 - Milyen termékeket forgalmaz, milyen szolgáltatásai vannak?
 - Mely rétegeket céloz meg elsősorban a termékeivel, illetve szolgáltatásaival?
 - Milyen beszerzési forrásai vannak a vállalkozásnak? Hogyan történt meg ezek kiválasztása?
 - Kik jelentik a vállalkozása konkurensait? Mi jellemzi őket?
 - Milyen lépéseket kell tennie, hogy megvesse a lábát az adott piacon?
 - Készítse el az üzleti terv részeként a pénzügyi tervet is!
 - Hogyan határozza meg a termékek, szolgáltatások árait?
 - Mekkora nyereséget szeretne elérni rövid és hosszú távon? (Mekkora árbevétellel kalkulált, milyen fix és változó költségekre számít?)

III. témakör

Egy szabadon választott (termelő vagy szolgáltató) vállalat működésének bemutatása

- Mekkora a választott vállalat mérete?
- Milyen profillal és piaci pozícióval rendelkezik a vállalat!
- Milyen inputokat használ és milyen outputjai vannak a választott cégnek?
- Váolja fel a vállalatnál zajló reál- és információs folyamatokat!

- Termelő vállalat esetén, mutassa be milyen gyártási rendszert használnak a termelésben! Melyek a legjellemzőbb gyártási típusok?
- Szolgáltató vállalat esetén, vázolja a szolgáltatás létrejöttének a folyamatát! Milyen szolgáltatás marketinget, értékesítési - formákat, - csatornákat használ a vállalat?
- Milyen a kiválasztott vállalat szervezeti felépítése?

IV. témakör

Egy szabadon választott vállalat külső környezete

Hogyan hatnak a vállalat működésére a környezeti elemek illetve, befolyásolja-e a vállalat ezek működését?

- Vizsgálja meg a vállalat viszonyát a vevőivel, a szállítókkal, a konkurens cégekkel!
- Az állami intézmények, és az önkormányzatok közül melyekkel kerül kapcsolatba a vizsgált cég? Mutassa be a domináns hatásokat, tendenciákat ebben a kapcsolatban!
- Mely bank(ok)kal és milyen pénzügyintézetekkel került kapcsolatba a vállalat? Milyen okok miatt választotta éppen ezeket?
- Mutassa be a kiválasztott vállalat természeti környezetét, és annak változását! Mennyiben érződik a cég környezeti hatása, hogyan viszonyul a vállalat ehhez a környezethez?

V. témakör

„Hogy kerül a csizma az asztalra?”

Válasszon ki egy árucikket és a fenti mottó értelmében, kísérje végig a termék útját a gyártástól a fogyasztásig!

- Milyen alapanyagokra van szükség a termék előállításához, ezek hogyan szerezhetők be?
- Mekkora a termék önköltsége?
- Az elkészült termék milyen csatornákon jut el a fogyasztókhoz?
- A különböző „kereskedelmi útvonalakon” milyen árresek rakódnak rá?
- Milyen adózás alá esik a termék?
- Milyen helyettesítő termékekkel kell a kiválasztott terméknek versenyre kelnie?

VI. témakör

Fogyasztói döntéseink

Hol vásároljunk meg, egy adott terméket, hogy az elvárt minőségű és ehhez képest a lehető legolcsóbb legyen?

(Válasszon ki egy olyan terméket, amelyet több forrásból különböző áron szerezhet be!)

- Kik a termék lehetséges fogyasztói és honnan szerzik be az adott terméket?
- Derítse fel a lehetséges beszerzési helyeket és árakat!
- Mi lehet az oka az árak különbözőségének?
- Készítsen felmérést, hogy milyen szempontok alapján hozzák meg a fogyasztók ezen a piacon a döntéseiket!

VII. témakör

Egy közepes- vagy nagyvállalat elemzése munkaerő-gazdálkodási szempontból

- Milyen munkaerőcsoportok vannak a vállalatnál?
- Az egyes munkakörök betöltéséhez milyen képzettség szükséges?
- Milyen módon jelenik meg a vállalat munkaerő iránti kereslete a munkaerőpiacon? (Milyen módszereket alkalmaznak?)
- Milyen szempontok alapján, hogyan választják ki a munkatársakat a vállalatnál?
- Hogyan történik a dolgozók teljesítményének értékelése?
- Bocsátottak-e el embereket az utóbbi időben, ha igen mi volt az oka, milyen szempontok alapján tették ezt meg?

VIII. témakör

Egy közepes- vagy nagyméretű vállalat ösztönzési rendszere

- Milyen szaktudású, végzettségű emberek dolgoznak a választott vállalatnál?
- Mutassa be hogyan motiválják a dolgozókat?
- Milyen foglalkoztatási stratégiát folytat a vállalat?
- Milyen a vállalat bérezési rendszere?
- Hogyan történik a dolgozók minősítése?
- Célja-e a vállalatnak a dolgozók megtartása, ha igen mit tesz, milyen juttatásokat, szolgáltatásokat nyújt a vállalatnál azért, hogy megtartsa az embereket?

IX. témakör

Egy szabadon választott vállalat pénzügyi helyzetének bemutatása

- Nézzon utána a cég eredeti tulajdonosi struktúrájának és térképezze fel annak változását!
- Milyen a vállalat befektetési politikája, milyen meglévő befektetései vannak (pl. bankbetétek, értékpapírok) és ezek milyen hozamokkal kecsegtetnek? Miért ezeket választotta a cég?
- Milyen finanszírozási formákat (pl. hitelfelvétel, értékpapír-kibocsátás, lízing) alkalmaz a vállalat a működtetéséhez és a bővítéséhez?

X. témakör

Magyarország értékpapír-piacainak bemutatása, különös tekintettel az értéktőzsdére

- Mutassa be milyen módon és hol lehet a különböző értékpapírokhoz hozzájutni!
- Kövesse nyomon egy adott vállalat értékpapír-kibocsátását, valamint az értékpapír sorsának további alakulását!
- Mutassa be a vállalat sikerességét a részvényárfolyam alakulásának tükrében!
- Vizsgálja meg, hogy a vizsgált vállalat által kibocsátott értékpapír forog-e a tőzsdén, ez mit jelent a vállalat számára!

XI. témakör

Egy konkrét termék, vagy szolgáltatás piaci bevezetésének elemzése

- Mutassa be a kiválasztott terméket, a termékéletgörbe-elemzés segítségével! (Mennyiben új a termék vagy szolgáltatás? Új kutatás fejlesztés eredménye vagy egy már meglévő termék illetve szolgáltatás továbbfejlesztéseként jött létre?)
- Milyen oka van a termék vagy szolgáltatás bevezetésének?
- Milyen újfajta szükségletet elégít ki a termék, szolgáltatás? Végezze el a szükséglet csoportba sorolását!
- Milyen szegmensekre osztható a termék piaca? Kik lesznek a termék fogyasztói?
- Milyen tényezők befolyásolják a termék, vagy szolgáltatás bevezetésének piaci stratégiáját? (Különös tekintettel: a piackutatásra, helyettesítő termék létre, árfekvésre, a versenytársak pozíciójára, a vevők fizetőképességére.)
- Milyen reklámeszközöket alkalmaznak a termék, vagy szolgáltatás bevezetéskor, és miért?

XII. témakör

Egy vállalat külkereskedelmi tevékenységének bemutatása

- Mi határozza meg a vállalat külkereskedelmi tevékenységét?
- Mutassa be a vállalat értékesítési csatornáit a külkereskedelme összefüggésében!
- Milyen sajátosságai vannak a külpiazi értékesítésnek? Mennyiben hasonlítanak és mennyiben különböznek a hazaitól fogyasztói igények, a piac szabályozása, a helyi szokások? Hogyan alkalmazkodik ehhez a vállalat?
- Mi határozza meg a vállalat külkereskedelmi tevékenységét?
- Kikkel folytat a vállalat külkereskedelmi tevékenységet?
- Milyen eredménye van a vállalat külkereskedelmi tevékenységének a pénzügy, a technológia, a termelési kultúrára vonatkozatható, az innovációra gyakorolt hatás stb. szempontjából?
- Milyen szerepet tölt be a vállalat külkereskedelmi tevékenysége során?

XIII. témakör

Kooperáció (két-három cég együttműködésének) lehetséges előnyei

- Milyen érdek vezérli az egyes vállalatokat a kooperálásra?
- Hogyan választják ki a vállalatok azokat a partnereket, akikkel jól tudnak együttműködni?
- Milyen területeken történik a kooperáció? Milyen tevékenységet végeznek az egyes vállalatok?
- Hogyan formalizálják a kooperáció tartalmát? Mikor készül, készül-e írásbeli megállapodás, vagy a spontán megegyezés a jellemző? Milyen időtartamra vonatkozik a megállapodás? Hogyan valósul meg az együttműködő felek ellenőrzése?
- Milyen eredményei vannak a kooperációnak az egyes cégek számára külön – külön, üzleti, pénzügyi, technológiai, munkaszervezési, vezetési, beruházási szempontból?
- Milyen kompromisszumokra kényszerülnek a résztvevők az együttműködés fenntartása érdekében?