

Az Országos Képzési Jegyzékről és az Országos Képzési Jegyzékbe történő felvétel és törlés eljárási rendjéről szóló 133/2010. (IV. 22.) Korm. rendelet alapján.

Szakképesítés, szakképesítés-elágazás, rész-szakképesítés, szakképesítés-ráépülés azonosító száma és megnevezése, valamint a kapcsolódó szakképesítés megnevezése:

55 345 01 0010 55 01	Európai Uniósi üzleti szakügyintéző	Kereskedelmi menedzser
55 345 01 0010 55 02	Kereskedelmi szakmenedzser	Kereskedelmi menedzser
55 345 01 0010 55 03	Kis- és középvállalkozási menedzser	Kereskedelmi menedzser
55 345 01 0010 55 04	Külgazdasági üzletkötő	Kereskedelmi menedzser
55 345 01 0010 55 05	Nemzetközi szállítmányozási és logisztikai szakügyintéző	Kereskedelmi menedzser
55 345 01 0010 55 06	Reklámszervező szakmenedzser	Kereskedelmi menedzser
55 345 01 0010 55 07	Üzleti szakmenedzser	Kereskedelmi menedzser
55 812 01 0010 55 01	Idegenforgalmi szakmenedzser	Vendéglátó és idegenforgalmi szakmenedzser
55 812 01 0010 55 02	Vendéglátó szakmenedzser	Vendéglátó és idegenforgalmi szakmenedzser

Értékelés

Összesen: 100 pont

100% = 100 pont

A VIZSGAFELADAT MEGOLDÁSÁRA JAVASOLT %-OS EREDMÉNY:

EBBEN A VIZSGARÉSZBEN A VIZSGAFELADAT ARÁNYA 30%.

Ön a Transelektro Zrt. marketingosztályán tölti a gyakornoki idejét. A vállalkozás több évtizede sikeres vállalkozásként működik. Sikerének egyik titka a „több lábon állás”. A zrt. négy stratégiai üzletággal rendelkezik:

- Elektromos gépek,
- Kábel- és szigetelőgyártás,
- Háztartási gépek,
- Erőgépek.

A változó gazdasági környezet igényeihez való sikeres alkalmazkodás újabb és újabb feladatokat ró a vállalkozás menedzsmentjére. A vállalkozás rendelkezik marketingstratégiával, de a vállalkozás menedzsmentje szükségesnek látja a marketingstratégia felülvizsgálatát. A menedzsment fel kíván készülni egy elhúzódó válságra is. A stratégiai alkotás folyamatában a marketingosztályon Önt különböző részfeladatokkal bízzák meg, elsősorban a stratégiát megalapozó helyzetelemzés területén, de számítanak elméleti felkészültségére is.

I. feladat

Összesen: 30 pont

Az osztály dolgozói elemezték a vállalkozás mikro- és makrokörnyezetét, valamint a vállalkozás belső adottságait. Az elemzés során tett megállapítások egy részét az alábbiakban közöljük:

- A vállalkozás forgalmának növekedési üteme csökkent az elmúlt években az elhúzódó válság miatt.
- A marketing költségvetést a vállalkozás menedzsmentje nem csökkentette, és a következő évben sem kívánja csökkenteni.
- A kutatásfejlesztési kiadások mértéke azonban már a tárgyévben is csökkent, és a következő két évben is csökkenés várható.
- A kutatásfejlesztési költségek csökkenése miatt két, az innováció területén élenjáró mérnök távozott a zrt.-től.
- Kreatív műszaki szakemberekből hiány van.
- A legújabban kifejlesztett új termék piaci tesztelése azt mutatja, hogy az új termék is népszerű és keresett a vevők körében.
- A zrt. fő exportpiacának számító Németországban nem várható gazdasági növekedés a következő évben.
- A TECHNO Expón nagy érdeklődés volt a vállalkozás termékei iránt, több potenciális vevőnek készült ajánlat.
- Az Expón a vállalkozás két díjat is nyert a környezetkímélő technológiák alkalmazása miatt.
- A kábel-és szigetelőgyártás üzletág termékei piacán éleződik a verseny, új gyártók jelentek meg a piacon, kedvező áron kínálják a magas minőségi színvonalú termékeiket.
- Egyes termékek esetén a vállalkozás vizsgálja az online értékesítés lehetőségét.
- A zrt. üzleti hírneve jó.

Az alábbi táblázatban készítse el a zrt. SWOT analízisét!

- 1. Egészítse ki a táblázat mezőinek hiányzó megnevezését!**
Az egyes mezők megnevezéséért 2 pont jár. *10 pont*
- 2. A zrt.-ről kapott információk alapján töltsse ki a SWOT analízis megfelelő mezőit!**
Vegye figyelembe a bevezetőben közölt információkat is!
Minden helyesen besorolt megállapítás 1 pontot ér. *20 pont*

	Pozitívumok	
Belső tényezők		
	LEHETŐSÉGEK	

II. feladat

Összesen: 20 pont

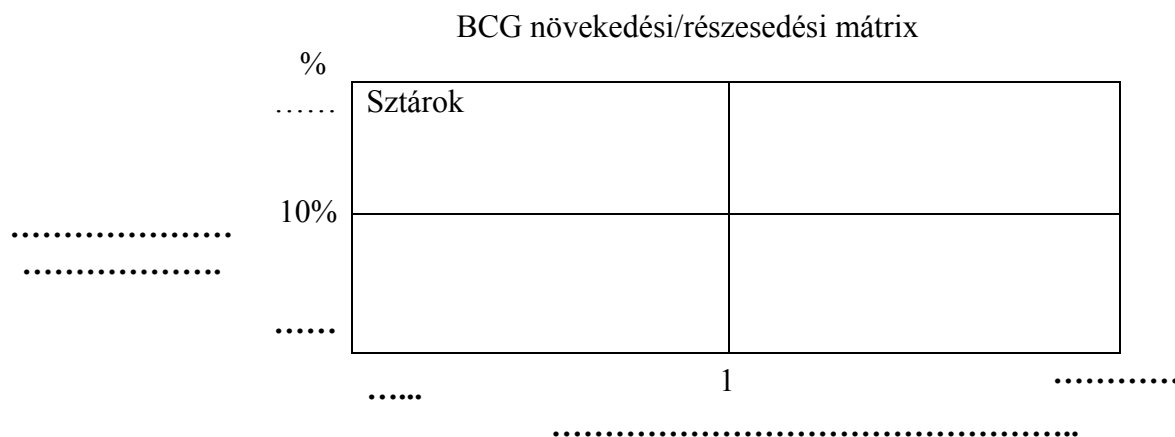
A stratégiai tervezés folyamatában sor kerül az üzletági portfólió értékelésére is. Az üzletági portfólió értékelésére a zrt.-nél a BCG növekedési mátrixot választották.

A vállalkozásnál az alábbi adatok ismertek.

Üzletágak megnevezése	Árbevétel millió Ft	Relatív piaci részesedés	Növekedési ütem %
Elektromos gépek	15459	0,7	5
Kábel- és szigetelőgyártás	11729	0,4	13
Háztartási gépek	14604	1,1	11
Erőgépek	13604	2,0	3

Az alábbi formában készítse el a BCG mátrixot!

1. Nevezze meg a mátrix függőleges és vízszintes tengelyét, és írja be a kipontozott helyekre a hiányzó értékeket!
Helyes válaszonként 1 pont jár. 6 pont
2. Nevezze meg a mátrix mezőit, a BCG mátrixnál alkalmazott szokásos fogalmakkal!
Helyes válaszonként 2 pont jár. 6 pont
3. Írja be a megadott termékek, üzletágak nevét a megfelelő mezőbe!
Helyes válaszonként 2 pont jár. 8 pont



III. feladat

Összesen: 40 pont

A zrt.-nél folyamatban van a PR stratégiai felülvizsgálata. E munkában Önre az alábbiakban meghatározott feladatok várnak.

- 1. Határozza meg az alábbi táblázatban a belső és külső PR célcsoportjait! Négy belső és négy külső célcsoport megjelölését kérjük!**

Helyes megállapításonként 2 pont jár.

16 pont

- 2. Tegyen javaslatot belső és külső PR eszközökre az alábbi táblázatban! Öt belső és öt külső PR eszköz megnevezését kérjük!**

Helyes megállapításonként 2 pont jár.

20 pont

- 3. Az alábbi táblázatban jelölt helyen fogalmazza meg, mi a belső, illetve a külső PR feladata! Két-két feladat megjelölését kérjük!**

Helyes válaszonként 1 pont jár.

4 pont

	Belső PR	Külső PR
Célcsoportok		
Eszközök		
Feladatok		

IV. feladat

Összesen: 10 pont

A marketing stratégiában az eddiginél nagyobb hangsúlyt kívánnak helyezni a fogyasztóvédelemre. A stratégia e fejezetét a fogyasztói jogok figyelembevételével kívánják elkészíteni. Foglalja össze a fogyasztói alapjogokat!

Helyes válaszonként 2 pont jár.

.....

.....

.....

.....

.....