



EBC*L B MODUL

Tanulmányi célok jegyzéke



International Centre of EBC*L

Aichholzgasse 6
A 1120 Wien
Fon: +43-1-813 997 745
office@ebcl.eu
www.ebcl.eu

Kuratorium Wirtschaftskompetenz
für Europa e.V.
Rathenaustraße 16
D 33102 Paderborn,
Fon: +49-52 51-132 99 0
sekretariat@wirtschaftskompetenz.org
www.wirtschaftskompetenz.org

Fontos tudnivaló: Ezen dokumentációt, mely előzetes információnak minősül, a szerzők és a fenntartó intézmények engedélyezték. A változtatást jogát fenntartjuk. Bécs és Paderborn

A TANULMÁNYI CÉLOK JEGYZÉKÉNEK FELÉPÍTÉSE

AZ EBC*L B modul tanulmányi célok jegyzéke a következő témaköröket tartalmazza:

- Az üzleti terv készítés céljai, módjai és eszközei
- Marketing és értékesítés
- Pénzügyi tervezés (költségvetés készítés), beruházási számítás, és gazdaságossági számítás

A tanulmányi célok között legtöbbször a „**magyarázat**“ szó szerepel.

„Magyarázat“ alatt a

- ✓ a kifejezések definiálása, a fontos tényezők és elemek felsorolása értendő
- ✓ a kifejezések megértése megadott vagy választott példákkal érzékeltetendő.

A megszerzett tudás nem csupán ismerttetendő, hanem példák segítségével a gyakorlatban bemutatandó.

Példa: Egy vállalkozás stratégiai céljainak kifejtése.

Elképzelt vizsgakérdés: Egy vegetáriánus éttermet alapul véve, adjon meg négy lehetséges stratégiai célt.

Fontos tudnivaló: Az EBC*L A modul tanulmányi jegyzéke tartalmainak mint alapvető ismeretanyagának a tudása feltétel, ezek nem kerülnek ismétlésre. Így pl. az eredménykimutatás tervezésnél az „értékcsökkenés“ fogalma a tartalmak között nem szerepel, de a vizsgán szóba kerülhet.

A rendelkezésre bocsátott **vizsga minták** szemléltetik a kérdésfeltevés mikéntjét.

TÉMAKÖR

AZ ÜZLETI TERV KÉSZÍTÉS CÉLJAI, MÓDjai ÉS ESZKÖZEI

Tanulmányi célok címszavakban

- Egy üzleti terv céljainak, tartalmainak és felépítésének ismertetése.
- A vállalkozás és a vállalkozási környezet elemzésének céljai és módszerei.
- Vállalatgazdasági elemzési- és tervezési eszközök bemutatása és példák segítségével használata.
- A projekttervezés céljai, módszerei és felépítése.

(52 tanulmányi cél)

Fő téma: AZ ÜZLETI TERV KÉSZÍTÉS ALAPJAI

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
1. AZ ÜZLETI TERV CÉLJAI, TARTALMAI ÉS FELÉPÍTÉSE	1.1. Az üzleti terv céljainak ismertetése.
	1.2. Az üzleti terv készítéséhez kapcsolódó aprópók és területek megnevezése és bemutatása.
	1.3. A stratégiai és az operatív tervezés közötti különbség magyarázata.
	1.4. Az üzleti terv lehetséges címzettjeinek bemutatása, céljaik és érdekeik ismertetése.
	1.5. Az üzleti terv kérdéseinek és témáinak elemzése.
	1.6. Az üzleti terv alapvető felépítésének és struktúrájának bemutatása.
	1.7. A döntéshozók által az üzleti terv értékelésére használt kritériumok taglalása.
	1.8. A kritikus sikertényezők fogalmának kifejtése.
	1.9. Lehetőségek az üzleti terv szemet gyönyörködtető és áttekinthető kivitelezésére.
	1.10. Az üzleti terv készítésekor előforduló döntő szabályok és esetleges hibaforrások felsorolása.
	1.11. A tervezés problémaforrásai és határai a vállalkozásban.

Fő téma: A VÁLLALKOZÁS- ÉS A VÁLLALKOZÁSI KÖRNYEZET ELEMZÉSE

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
2. VÁLLALKOZÁS ELEMZÉS	2.1. Egy vállalkozás üzleti ötletének, alapvető céljának, és stratégiai üzleti területeinek bemutatása.
	2.2. A vállalkozás társasági formájának megállapítása, és az abból eredő képviseleti- és döntési jogok egymáshoz rendelése.
	2.3. A Shareholder Value fogalmának megvilágítása.
	2.4. A Stakeholder Value fogalmának megvilágítása.
	2.5. A „Corporate Identity“ valamint a „vision“ és „mission“ fogalmak értelmezése vállalati összefüggésben.
	2.6. Egy vállalkozás pénzügyi céljainak felsorolása és bemutatása.
	2.7. Egy vállalkozás stratégiai céljainak felsorolása és bemutatása.
	2.8. Lehetséges céltípusok definiálása és kifejtése.
	2.9. Egy vállalkozás fő sikertényezőinek megnevezése és taglalása.
	2.10. Az USP (Unique Selling Proposition) fogalmának magyarázata.
	2.11. A vállalkozási team-eket és projekt team-eket bemutató tényezők felsorolása és magyarázata.
	2.12. A beruházási helyszín elemzésére szolgáló tényezők megnevezése és kifejtése.

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
3. ÁGAZAT ELEMZÉS	3.1. Az ágazat fogalmának magyarázata.
	3.2. Egy ágazatot befolyásoló fejlesztések és trendek ismertetése.
	3.3. Egy ágazat elemzésére szolgáló tényezők felsorolása és taglalása.
	3.4. A monopólium, oligopólium, teljes konkurencia fogalmak magyarázata.
	3.5. Az eladási volumen, értékesítési potenciál, piaci jelenlét mértéke, piaci részesedés fogalmak kifejtése.
	3.6. A piaci rés fogalmának magyarázata.
	3.7. A piacra kerülési akadályok fogalom tisztázása.
	3.8. A helyettesítő termék fogalmának megvilágítása.
4. PIACI VERSENY- / KONKURENCIA-ELEMZÉS	4.1. A piaci verseny elemzésére szolgáló tényezők magyarázata.
	4.2. A Benchmarking céljainak, módszereinek és határainak elemzése.

Fő téma: ELEMZÉSI ÉS TERVEZÉSI ESZKÖZÖK

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
5. ELEMZÉSI ESZKÖZÖK	5.1. Erős és gyenge pontok vizsgálat céljainak és felépítésének ismertetése.
	5.2. Egy SWOT-elemzés céljainak és felépítésének bemutatása.
	5.3. A portfólió-elemzés magyarázata.
	5.4. Az ABC-elemzés taglalása.
6. KOCKÁZATKEZELÉS	6.1. A kockázatkezelés céljainak és felépítésének bemutatása.
	6.2. A forgatókönyv-technika kifejtése.
	6.3. A kockázat-mátrix bemutatása.
7. PROJEKTTERVEZÉS	7.1. Egy projektterv céljainak és felépítésének magyarázata.
	7.2. A céltervezés fogalmának ismertetése.
	7.3. A tevékenységi terv fogalmának ismertetése.
	7.4. A mérföldkő fogalmának magyarázata.
	7.5. Az időtervezés fogalmának taglalása.
	7.6. A forrástervezés fogalmának ismertetése.
	7.7. Egy projektterv bemutatási lehetőségei.
	7.8. Egy projektterv készítésekor felmerülő irányelvek és esetleges tervezési hibák ismertetése.
8. KREATÍV PROBLÉMAMEGOLDÁSI MÓDSZEREK	8.1. A „kreatív problémamegoldási módszerek“ fogalmának magyarázata .
	8.2. A Brainstorming fogalom taglalása.

TÉMAKÖR

MARKETING ÉS ÉRTÉKESÍTÉS

Tanulmányi célok címszavakban

- A marketing fogalmának, és jelentőségének bemutatása egy vállalkozás, egy projekt, egy termék vagy egy szolgáltatás valamint az egyén összefüggésében.
- A marketing keretfeltételeinek (vevők, piaci verseny, költségek) magyarázata.
- A marketing eszközeinek ismertetése, azok használata a gyakorlatban.
- Projektek, termékek és szolgáltatások sikeres „eladásának“ legfontosabb ismérvei.

(97 tanulmányi cél: 74 marketing + 23 értékesítés)

Fő téma: MARKETING

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
9. A MARKETING ALAPJAI	9.1. A „marketing“ fogalmának magyarázata.
	9.2. A külső és belső marketing fogalmának taglalása.
	9.3. Az önmarketing fogalmának megvilágítása.
	9.4. A marketing keretfeltételeinek ismertetése.
	9.5. Egy marketingterv felépítésének magyarázata.
	9.6. A marketing eszközeinek megnevezése és kifejtése (áttekintés).
	9.7. A marketing-mix fogalmának magyarázata.
	9.8. Az USP (Unique Selling Proposition) fogalom megvilágítása.
10. VEVŐK	10.1. A vevők vásárlási indítékainak felsorolása és kifejtése.
	10.2. A Maslow féle szükséglet piramis magyarázata.
	10.3. A kereslet és szükséglet fogalmak megvilágítása.
	10.4. Haszon és többlethaszon magyarázata.
	10.5. A vásárlást befolyásoló tényezők felsorolása és értelmezése.
	10.6. Vevői magatartás és döntési folyamatok elemzése.
	10.7. A kognitív disszonancia magyarázata.
	10.8. A vevő osztályozás fogalmának értelmezése.
	10.9. A vevők besorolásának lehetőségei.

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
	10.10. A Customer Relationship Management (CRM) fogalom magyarázata.
11. PIACI VERSENY	11.1. A versenytárs elemzés tényezőinek ismertetése.
12. PIACKUTATÁS	12.1. A piackutatás céljainak megnevezése.
	12.2. A piackutatás területeinek megnevezése.
	12.3. A piackutatás szakaszainak (lefolyásának) ismertetése.
	12.4. A piackutatás módszereinek (megkérdezés, monitoring, teszt) kifejtése.
	12.5. A piackutatás minőségi kritériumainak bemutatása.
	12.6. Az érvényesség fogalmának magyarázata.
	12.7. A megbízhatóság fogalmának taglalása.
	12.8. A szűrőpróba fogalmának kifejtése.
	12.9. Az elsődleges és másodlagos piackutatás fogalmának ismertetése.
	12.10. A piackutatás határai és problémái.
13. TERMÉKPOLITIKA	13.1. A termékpolitika fogalmának ismertetése, lehetséges termékpolitikai stratégiák taglalása.
	13.2. A termékinnováció, termékváltozat, termékdifferenciálás, és termékgyártás megszüntetése fogalmak értelmezése.
	13.3. A termék életciklus fogalom ismertetése.
	13.4. A választékképzési politika és a programpolitika fogalmak tisztázása.
	13.5. Az áruskála szélesség és mélység fogalmak tisztázása.
	13.6. Egy termékportfólió-elemzés bemutatása.

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
14. ÁRPOLITIKA	14.1. Az árpolitika keretfeltételeinek megvilágítása.
	14.2. Árpolitikai stratégiák megnevezése és magyarázata.
	14.3. A lefölözési-, diszkont-, és gyors piaci behatolás stratégiák elemzése.
	14.4. Az aktív árpolitika fogalmának magyarázata.
	14.5. A „kereslet árrugalmassága“ fogalmának taglalása.
15. A VÁLLAKOZÁS ÁLTAL PREFERÁLT SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK POLITIKÁJA	15.1. A vállalkozás által preferált szerződési feltételek politikája fogalmának tisztázása.
	15.2. A vállalkozás által preferált szerződési feltételek politikája eszközeinek megnevezése és magyarázata.
	15.3. Szállítási és fizetési feltételek megnevezése és ismertetése.
	15.4. A rabatt és szkonto fogalmak magyarázata.
16. MARKETINGCSATORNÁK KIVÁLASZTÁSÁNAK ÉS IRÁNYÍTÁSÁNAK POLITIKÁJA/ ELOSZTÁSI POLITIKA	16.1. A marketingcsatornák kiválasztásának és irányításának politikája valamint az elosztási politika fogalmak magyarázata.
	16.2. Közvetlen és közvetett értékesítési csatornák megnevezése, azok előnyeinek és hátrányainak ismertetése és magyarázata.
	16.3. A franchise fogalom taglalása.
17. KOMMUNIKÁCIÓS POLITIKA	17.1. A kommunikációs politika fogalmának magyarázata.
	17.2. Az imázs fogalmának és jelentőségének magyarázata.
	17.3. A márka, logo, szlogen fogalmak és jelentőségük magyarázata.
	17.4. A márkavédelem fogalmának magyarázata.
	17.5. A Corporate Design fogalom ismertetése.
	17.6. A Corporate Wording fogalom ismertetése.

TÉMÁK	TANULMÁNYI CÉLOK
18. REKLÁM	18.1. A reklám fogalmának és eszközeinek ismertetése.
	18.2. Egy reklámkampány tervezésének lépései, azok magyarázata.
	18.3. A reklámcélok megnevezése és taglalása.
	18.4. A reklámeszköz fogalmának megvilágítása.
	18.5. A reklámhordozó fogalmának megvilágítása.
	18.6. Reklámpszichológiai alapok megnevezése és elemzése.
	18.7. A reklám fő tervezési kritériumainak magyarázata.
	18.8. Különböző reklámfajták árainak megbecslése.
	18.9. Az ezer (főt elérő) reklámkontaktus-ár fogalom megvilágítása.
	18.10. A reklám eredményességének ellenőrzési mikéntje, és az esetlegesen felmerülő problémák elemzése.
	18.11. A reklám kritikus pontjainak megnevezése és magyarázata.
19. SPECIÁLIS REKLÁM- ÉS KOMMUNIKÁCIÓS POLITIKAI ESZKÖZÖK	19.1. Az értékesítésösztönzés / Sales Promotion fogalmának magyarázata.
	19.2. A Direct Mailing fogalmának magyarázata.
	19.3. Egy Mailing levél legfontosabb szabályai, és a levél szövegezésekor elkövetett leggyakoribb hibák megnevezése és magyarázata.
	19.4. Az AIDA-képlet magyarázata.
	19.5. Az internetes reklám fogalmának magyarázata.

	TANULMÁNYI CÉLOK
	19.6. A telefonos marketing fogalmának ismertetése.
	19.7. A szponzorálás fogalmának magyarázata.
	19.8. Az Event-Marketing fogalmának magyarázata.
	19.9. A Public relations / közönségkapcsolatok ápolása fogalmak magyarázata.

Fő téma: ÉRTÉKESÍTÉS

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
20. A SIKERES ÉRTÉKESÍTÉS ALAPJAI ÉS ALAPVETŐ SZABÁLYAI	20.1. Az értékesítés mint mindennapi, mindenkit érintő folyamat értékelése az üzleti életben.
	20.2. Az értékesítési etika (komoly, partnerségre épülő értékesítés) fogalmának magyarázata.
	20.3. A „Win-Win-szituáció” fogalom magyarázata.
	20.4. Az értékesítéshez szükséges feltételek és kompetenciák megnevezése és magyarázata.
21. AZ ÉRTÉKESÍTÉST CÉLZÓ BESZÉLGETÉS SZAKASZAI	21.1. Az értékesítést célzó beszélgetés szakaszainak megnevezése és elemzése.
	21.2. Egy értékesítést célzó beszélgetés előkészítésének legfontosabb aspektusai.
	21.3. A beszélgetés bevezetésének fontos aspektusai.
	21.4. A kereslet felmérésének legfontosabb aspektusai.
	21.5. A kereslet-szükséglet-indíték fogalmak magyarázata.
	21.6. A kérdezés technikájának fontos aspektusai.
	21.7. A kifejtő és az eldöntendő kérdések fogalmának tisztázása.
	21.8. A szugerált kérdés fogalma.
	21.9. Az „aktív odafigyelés” fogalmának magyarázata.
	21.10. Az eladást ösztönző érvelés fontos aspektusainak felsorolása.
	21.11. A jellegzetesség és a hasznosság közötti különbség megvilágítása.

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
	21.12. Az ár illetve a felmerülő költségek bemutatásának lehetőségei, az érvelés eszközei.
	21.13. A kifogás és az ürügy közti különbségek, lehetséges reakciók.
	21.14. Egy az értékesítést célzó beszélgetés sikeres lezárásának fontos aspektusai.
	21.15. Vételre utaló jelzések megnevezése és elemzése.
22. VÁLLALATI ÜGYFELET CÉLZÓ ÉRTÉKESÍTÉS	22.1. A vállalati ügyfelet célzó értékesítés sajátosságainak bemutatása.
	22.2. A Key Account Management fogalom tisztázása.
23. VÁLLALATGAZDASÁGILAG MEGALAPOZOTT ÉRVELÉS	23.1. Egy vállalkozás/vállalkozó legfontosabb céljainak megnevezése egy vállalati ügyféllel folytatott értékesítési beszélgetés során.

TÉMAKÖR

PÉNZÜGYI TERVEZÉS (KÖLTSÉGVETÉS KÉSZÍTÉS), BERUHÁZÁSI SZÁMÍTÁS ÉS GAZDASÁGOSSÁGI SZÁMÍTÁS

Tanulmányi célok címszavakban

- A pénzügyi tervezés céljai, felépítése és eszközei.
- Az eredménykimutatás, a mérleg terv és a likviditási terv céljai és felépítése.
- Egy vállalkozás finanszírozási lehetőségeinek bemutatása.
- A rentabilitás, likviditás és termelékenység tervezett mutatószámainak kiszámítása, a szükséges következtetések levonása.
- A pénzügyi tervezés (kölségvetés készítés) jellegzetességei egy nagyvállalat esetében.
- A beruházási számítás céljai, és beruházási számítások készítése.
- Gazdaságossági számítások, a vállalkozói döntések alappilléreinek készítése és magyarázata.

(52 tanulmányi cél)

Fő téma: PÉNZÜGYI TERVEZÉS (KÖLTSÉGVETÉS KÉSZÍTÉS)

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
24. PÉNZÜGYI TERVEZÉS ÁTTEKINTÉS	24.1. A pénzügyi tervezés céljának áttekintése.
	24.2. A törvényes számvitel, a költségszámítás és a vállalaton belüli pénzügyi tervezés közötti különbség magyarázata.
	24.3. A pénzügyi tervezés logikus menetének áttekintése.
	24.4. A pénzügyi tervezésből adódó esetleges problémák áttekintése.
25. MÉRLEG TERV	25.1. Egy mérleg terv céljának, felépítésének és fogalmainak taglalása. (az EBC*L A modul tanulmányi jegyzékének ismeretanyaga alapján)
26. EREDMÉNYKIMUTATÁSI TERV	26.1. Egy eredménykimutatási terv céljának, felépítésének és fogalmainak taglalása. (az EBC*L A modul tanulmányi jegyzékének ismeretanyaga alapján)
	26.2. A bérköltségek valamint az áru- és anyagfelhasználás apropóján a költségtervezés bemutatása.
	26.3. A bruttó hozam fogalmának értelmezése.
	26.4. Költségekre ABC-elemzés készítése.
27. TERV MUTATÓSZÁMOK	27.1. Az A modul tanulmányi katalógusában egy mérleg terv és egy eredménykimutatási terv okán felsorolt pénzügygazdasági mutatószámok kiszámítása és bemutatása.
28. LIKVIDITÁSI TERVEZÉS	28.1. A likviditási tervezés céljának, felépítésének valamint fogalmainak prezentálása.
	28.2. A hozam és a befizetés közötti különbség magyarázata.
	28.3. A ráfordítás és a kifizetés közötti különbség magyarázata.

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
	28.4. A túlfedezettség és az elégtelen fedezet fogalmak magyarázata a likviditással összefüggésben.
	28.5. A likviditási tervezésből adódó esetleges problémák taglalása.
	28.6. A behajthatatlan követelések miatti veszteség fogalmának magyarázata.
	28.7. A fizetési felszólítás fogalmának magyarázata.
29. FINANSZÍROZÁS	29.1. Az ön- és az idegen forrásból történő finanszírozás közötti alapvető különbség taglalása.
	29.2. Az önfinanszírozási lehetőségek megnevezése és kifejtése.
	29.3. A megtermelt Cash flow-ból történő finanszírozás magyarázata.
	29.4. A tőkeemelés fogalmának taglalása.
	29.5. A Venture Capital fogalmának taglalása.
	29.6. Az idegen forrásból történő finanszírozási lehetőségek bemutatása.
	29.7. A folyószámlahitel fogalma.
	29.8. A kereskedelmi hitel fogalma.
	29.9. A kölcsön fogalma.
	29.10. A lízing fogalma.
	29.11. A faktorálás fogalma.
30. PÉNZÜGYI TERVEZÉS (KÖLTSÉGVETÉS KÉSZÍTÉS) NAGYVÁLLALATOKNÁL	30.1. A pénzügyi tervezés folyamatának bemutatása nagyvállalatoknál.
	30.2. A „bottom up-költségvetés készítés“ és a „top down-költségvetés készítés“ fogalmak magyarázata.

Fő téma: BERUHÁZÁSI SZÁMÍTÁS

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
31. A BERUHÁZÁSI SZÁMÍTÁS ALAPJAI	31.1. A beruházási számítás céljának bemutatása.
	31.2. Az alternatív tervezés fogalmának magyarázata.
	31.3. Az „alternatív költségek“ fogalmának magyarázata.
	31.4. A beruházási számítás határai / problémái.
32. STATIKUS BERUHÁZÁSI SZÁMÍTÁS	32.1. Egy Break even point-számítás kivitelezése és magyarázata.
	32.2. Egy minimális forgalom számítás kivitelezése és magyarázata.
	32.3. Megtérülési idő kiszámítás kivitelezése és magyarázata.
	32.4. Egy költségösszehasonlítás kivitelezése és magyarázata.
	32.5. Beruházások összehasonlítása az átlagos éves nyereség alapján.
	32.6. Egy beruházás ROI összegének kiszámítása és taglalása.
	32.7. Egy jövedelmezőség összehasonlítás kivitelezése és magyarázata.
	32.8. A „beruházási számítás változója“ fogalmának bemutatása és a következmények prezentálása, melyet a változók változásai generálnak.
33. DINAMIKUS BERUHÁZÁSI SZÁMÍTÁS	33.1. A statikus és a dinamikus beruházási számítás közötti különbség magyarázata.
	33.2. A beruházások értékelése a nettó jelenérték alapján (számítás nélkül).

Fő téma: GAZDASÁGOSSÁGI SZÁMÍTÁS

Konkrét tanulmányi célok

TÉMAKÖRÖK	TANULMÁNYI CÉLOK
34. A GAZDASÁGOSSÁGI SZÁMÍTÁS ALAPJAI	34.1. A kvantitatív gazdaságossági számítás központi fogalma a fedezeti összeg.
	34.2. A szűk keresztmetszetet jelentő termelési tényező fogalmának magyarázata.
	34.3. Az abszolút és relatív fedezeti összeg definiálása és taglalása .
35. FEDEZETI ÖSSZEG ELEMZÉSEK GAZDASÁGI SZÜKSÉGHELYZETBEN	35.1. Relatív fedezeti összegek kiszámítása alapján termékek / áruskálák / megbízások / vevők analizálása.
	35.2. A „Make-or-buy-döntés“ fogalmának magyarázata.
	35.3. A fedezeti összegek emelésének lehetőségei.