

ÁTFOGÓ ÜTEMTERV

Kurzus	Vállalkozás-menedzsment gyógyszerészhallgatók számára
Éves/féléves óraszám	2. szemeszter 15x2x45'
Heti óraszám	2
Célkitűzések	A Vállalkozás-menedzsment gyógyszerészhallgatók számára című kurzus a Szegedi Tudományegyetem Gyógyszerésztudományi Kar gyógyszerész szakos hallgatók számára kerül a tavaszi szemeszterekben meghirdetésre. A kurzus nem törekszik a rendkívül sokszínű és gyorsan változó tárgykör teljes áttekintésére. A cél a hallgatók számára a Szegedi Tudományegyetem Gyógyszerésztudományi Karán oktatott tárgyakhoz illeszkedő vállalkozói-, marketing-, és logisztikai alapismeretek nyújtása áttekinthető és könnyen érthető formában, a hallgatók megismertetése a tárgyban használt fogalomkészlettel, a fontosabb vállalkezési-, ügyviteli-, marketing- és logisztikai elméleti és gyakorlati ismeretekkel. A tematika kialakításakor a logisztika és a marketing különös szerepet kaptak. Jelentőségük megmutatkozik a vállalatok életében: kutatják a termelést, előállítását, beszerzést, értékesítést, kapcsolatban állnak a vevőkkel, együttesen hatnak a termékek és vállalatok versenyképességére, és a piacokra is. Ahhoz, hogy egy termék versenyképes legyen, a marketing és a logisztika egységes kezelésére van szükség. Egy vállalat működésében a marketing élénkíti a keresletet, továbbítja a piaci impulzusokat a termelésbe, értékesít, a logisztika pedig a marketing által előre meghatározott vevőkiszolgálási szint mellett minimalizálja a ráfordításokat. A tematika a rendelkezésre álló időkerethez illesztett, az ismeretanyag összeállítása úgy történt, hogy a hallgatók esetlegesen további szaktantárgyakban, vagy a szakirodalomban a hiányos ismereteiket kiegészíthessék. A jegyzet forrásait tekintve a magyar és német nyelvű szakirodalom, valamint nagyszámú hazai nyomtatott és interneten fellelhető publikáció jelölhető meg.

Irodalom	Némon-Sebestyén-Vörösmarty: Logisztika – Folyamatok az ellátási láncban Némon-Vörösmarty: Logisztika – Folyamatok az ellátási láncban, Feladatgyűjtemény
	Nyakasné dr. Tátrai Judit: Szállítmányozás Dr.Prezenszki József: Raktározástechnika Dr. Chikán Attila: Vállalati gazdaságtan
Eszközigény	Laptop, projektor, white-board papírok, filcek, ragasztók, homokóra

Az óra sorszáma	Az óra címe (feldolgozandó tananyag)	Megjegyzés
1 (90')	Vállalkozások gazdasági környezete	
2-3	Vállalkozás színtere a piac Piackutatás Piac befolyásolása	
4-5	Reklám Reklám feladatai Reklámok csoportosítása Reklámfilm Rádióreklám Sajtóhirdetés	
6	PR, belső PR, külső PR	
7	Logisztikai alapfogalmak	
8	Logisztika története	
9	Vállalaton belüli logisztikai szervezet felépítése	
10	Logisztikai ellátási láncok	
11	Szállítóértékelési módszerek	
12	Beszerezés külső kapcsolatrendszere Beszerezés szervezeten belül Beszerezési folyamat lépései	
13	Raktározás Raktározás helye az ellátási láncban	
14	Készletgazdálkodás Készletgazdálkodási alapfogalmak Készletgazdálkodási rendszerek Készletezési mechanizmusok Készletgazdálkodási modellek	
15	Üzleti tervek Üzleti tervek tervezése Üzleti tervek előkészítése 9 lépésben Vállalkozások belső környezetének elemzése, SWOT tényezők	

1. feladat

Az alábbi logisztikai fogalmakat csoportosítja az alapszolgáltatások illetve az érték-hozzáadott szolgáltatások oszlopokba!

- fuvarozás
- fuvarozási szolgáltatások
- szállítmányozás
- raktározás
- információs rendszerek működtetése
- elosztás

- készletgazdálkodás
- komissiózás
- címkézés
- visszáru- és hulladék kezelése
- (újra)csomagolás
- selejt kezelése
- tanácsadás

Alapszolgáltatások	Érték-hozzáadott szolgáltatások

2. feladat

Marketing történelmi fejlődése

A bekezdések összekeveredtek.

Állítsa időrendi sorrendbe a bekezdéseket! Az alábbi táblázatba írja be a megoldást!

	Bekezdés betűjele	Megjegyzés
1		
2		
3		
4		
5		
6		

A. Amerikában az első mozgó reklámfilmvet bemutatták

B. A modern marketingről először akkor beszélhettünk, amikor a fogalom megjelent 1907-ben Encyclopedia Britannica-ban. A kifejezés az angol to market: piacra vinni igéből ered.

C. Az ókor kereskedői, akik karavánjaikkal vitték-hozták az áruikat messzi tájak közt, már alkalmazták a marketing módszerét, valaki valamit el akart cserélni valami másra, különböző módszerekkel befolyásolta a másik felet. A Római Birodalomban, a különböző falfestések, feliratok szintén marketingtevékenység megjelenésére utalnak, hiszen a piac megjelenésével már megjelent a vásárlók befolyásolása, az értékesítés- ösztönzés is.

D. Magyar nyomtatott sajtóban olvasható volt egy üzleti hirdetés

E. A középkorban a cégeknek volt reklámhatása, a céhek pedig a megfelelő minőségre ügyeltek, azaz a cég imázsát alakították.

- F. A középkorban „Marco Polo-i”, kereskedői megkérdezték a polgárokat, mire van szükségük, válaszaik ismeretében döntöttek a beszerzendő termékekről.
- G. Henry Ford útjára bocsátotta az első tömegautót, a T modellt.
- H. Az első újsághirdetés megjelenése Amerikában
- I. A világ első reklámügynökségét alapították meg Philadelphiában
- J. Budapesten megjelentek az utcai plakátok, hirdetőoszlopok

3. feladat

Tegye időrendi sorrendbe a beszerzés során felmerülő kérdéseket!



4. feladat

Beszerzési információs rendszer

1. Egészítse ki:

A beszerzési információs rendszer feladata a beszerzéssel kapcsolatos információk

-
-
-
-
-

2. A jellemzők, folyamatlépések összekeveredtek. Írja be a számokat a megfelelő helyre!

A megjegyzés oszlopba saját észrevételeket, gondolatokat írhat majd a feladat megbeszélése ideje alatt.

Vannak primer (elsődleges) ill. a szekunder (másodlagos) információk.

Primer információk	Szekunder információk	Megjegyzés

1. Rendelkezésre áll: Beszerzések nagyságrendje
2. Rendelkezésre áll: Vállalat gazdasági adatai
3. Saját kutatással szerezzük meg
4. Rendelkezésre áll: Korábbi beszerzések statisztikái
5. Kutatási cél meghatározása
6. Rendelkezésre áll: Műszaki fejlesztés irányai, várható jövőbeni beszerzési igények, a kapacitások lekötöttségei
7. Kutatási terv elkészítése
8. Belső információs források állnak rendelkezésre
9. Adatok megszerzése, összegyűjtése
10. Rendelkezésre áll: Külföldi és belföldi megrendelések nagyságrendje
11. Adatok ellenőrzése, kiegészítése, elemzése, értékelése
12. Tanulmány készítése, megállapítások, következtetések tétele, előrejelzések készítése, javaslatok kidolgozása
13. Kutatást végezhet maga a beszerző, de a feladattal meg lehet bízni erre szakosodott szakértőt vagy piackutató céget.
14. Másodkézből való információk, mivel nincs mindig lehetőségünk elsődleges információk szerzésére
15. Rendelkezésre áll: Beszállítók és vevők száma, összetétele, változása, korábbi beszerzések tapasztalatai, reklamációk, vevőszolgálat

5. feladat

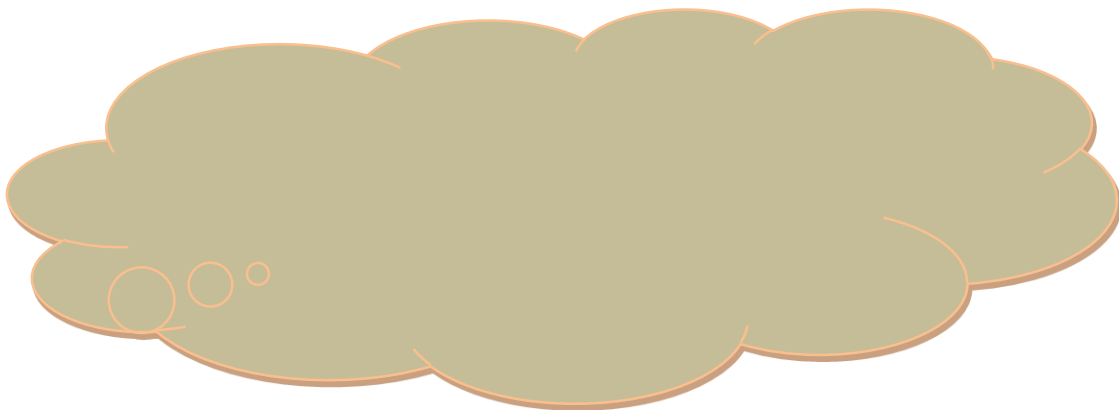
Beszerzés Összefoglalás



**Kiömlött a kávé a lapra, nem olvasható a szöveg minden része.
Egészítse ki az összefoglalást a hiányzó helyeken a megadott kifejezésekkel!**

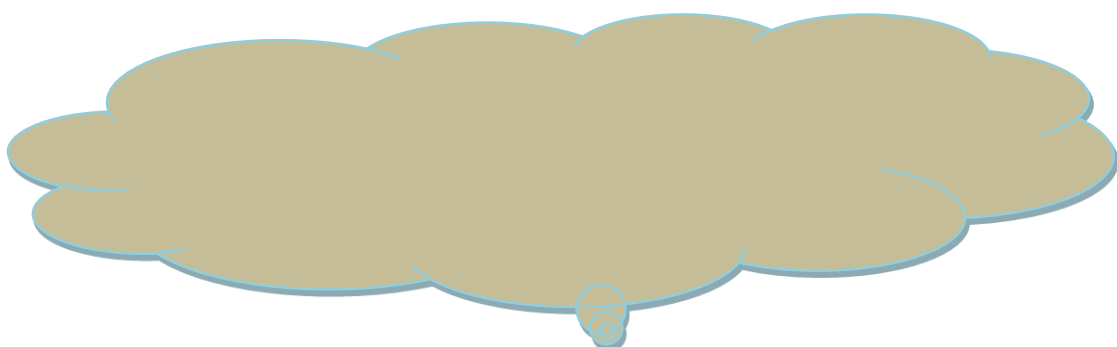
1. Beszerzési folyamat lépései

Új beszerzés esetén szükséglet azonosítása, az igények pontosítása, a szükséges információk beszerzése, hiányzó információk pontosítása



2. Beszerzési ajánlatok megszerzésének lehetséges eljárásai

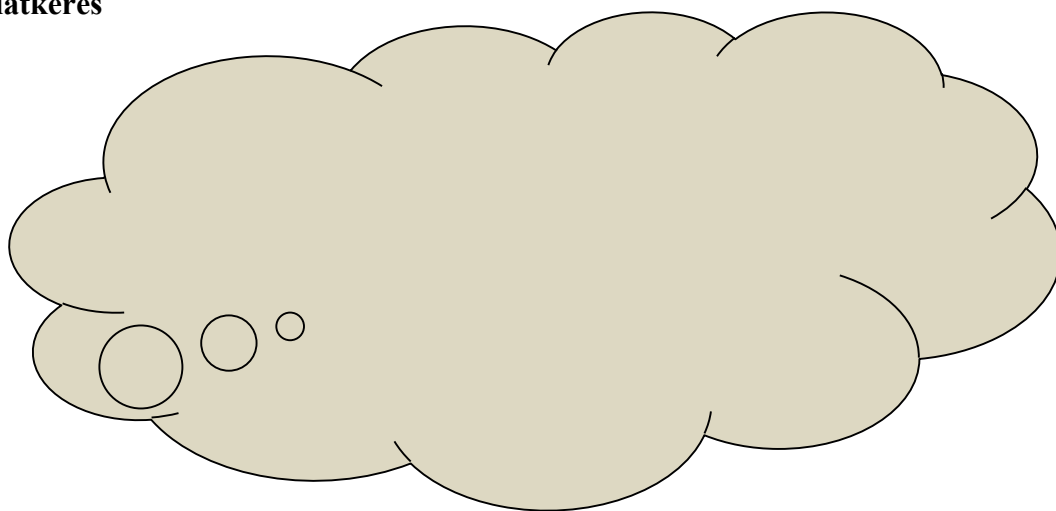
Leggyakrabban használt eljárások, az eljárásformák alkalmazásának feltételei



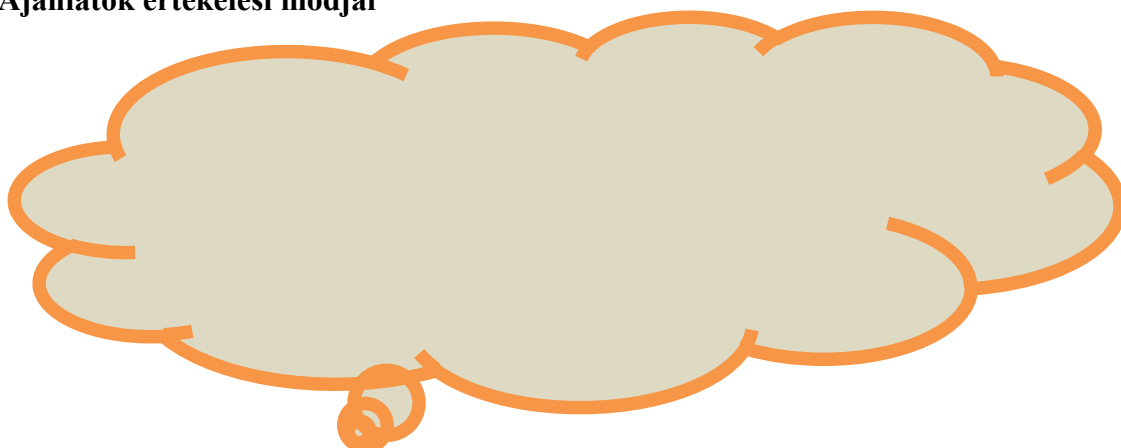
3. Beszerzési piackutatás



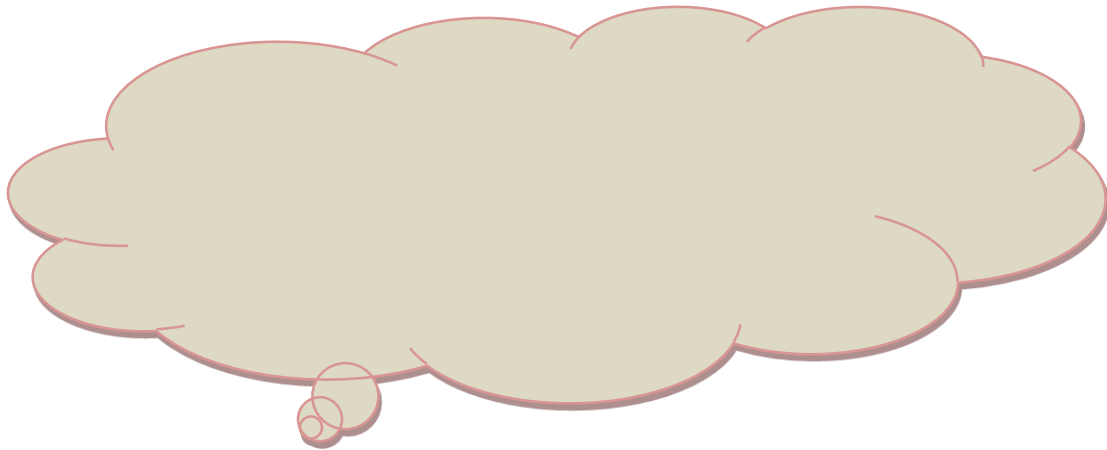
4. Ajánlatkérés



5. Ajánlatok értékelési módjai

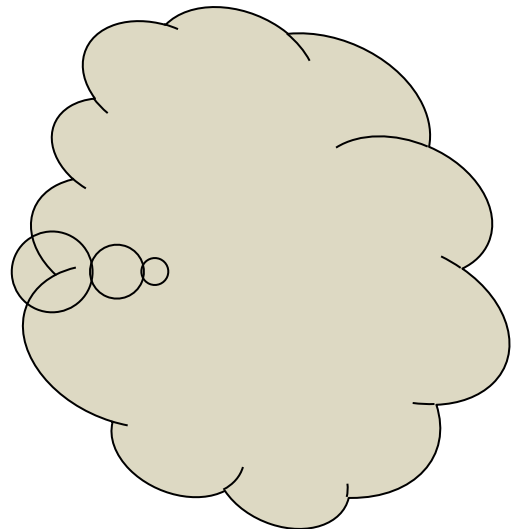


6. A centralizált beszerzési szervezet jellemzői, előnyei, hátrányai



7. A szállítóértékelés lehetséges céljai és módszerei. Ezek gyakorlati alkalmazásának feltételei és szempontrendszerei

A szállítóértékelés célja
Eljárások:



A szállítóértékelési eljárás kiválasztásának szempontjai
A szállítóértékelés szempontjai és az azt befolyásoló tényezők

8. Az áru átvételéhez kapcsolódó főbb feladatok és a kezelendő bizonylatok

Az áruátvételhez kapcsolódó főbb feladatok:

- szerződés teljesülésének ellenőrzése
- áru minőségi, mennyiségi és értékbeli ellenőrzése
- az áruátvétel területe és technikai háttere

Bruttó átvétel, vakátvétel, tételes átvétel fogalma, teendői

Az átvevő felelőssége

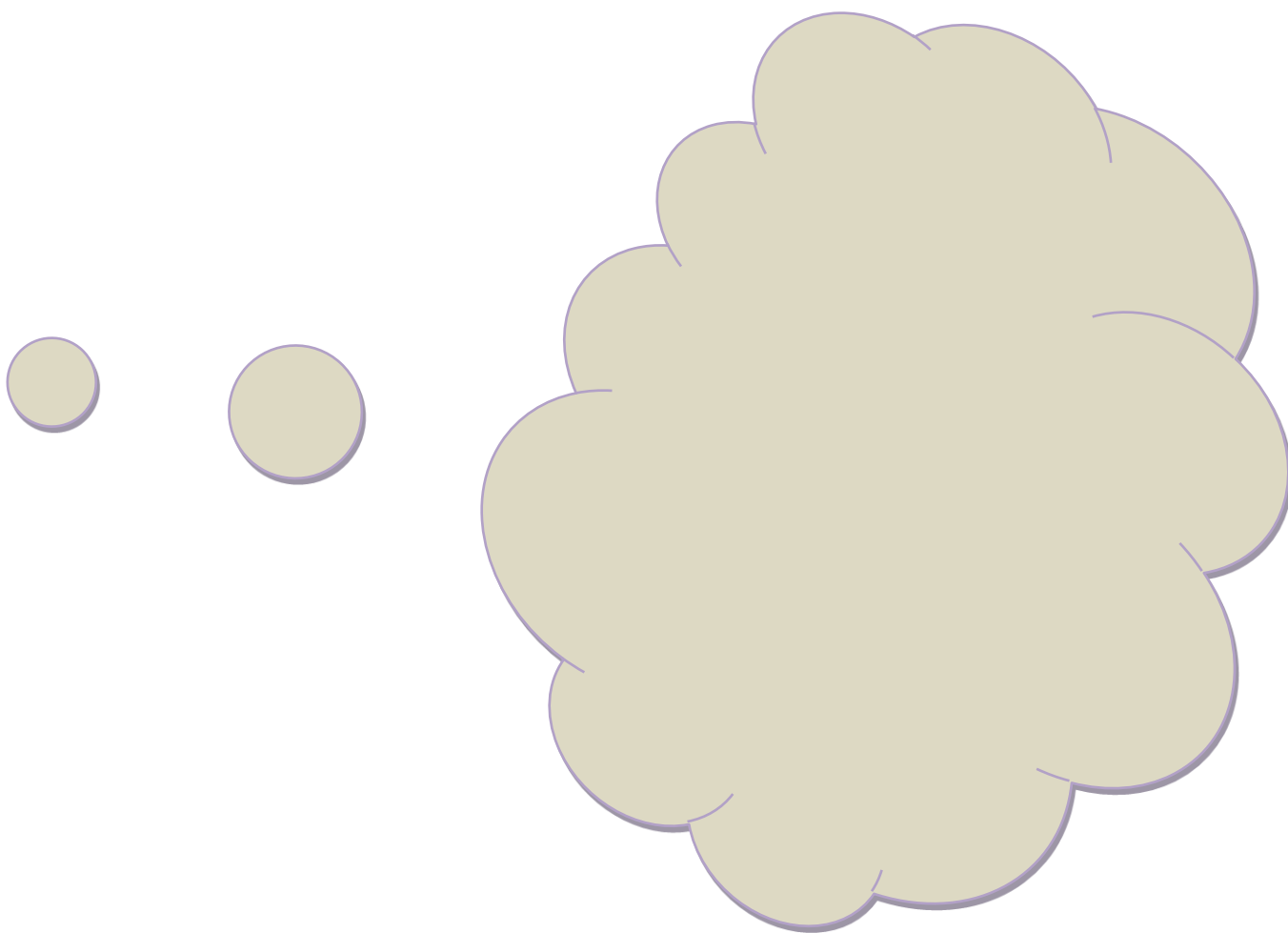
Az áruátvétel során kezelt bizonylatok (az áru átvételét igazoló bizonylatok, a készletre vétel bizonylatai)

Reklamációk intézése

Az áruátvételnél használt eszközök:

- anyagmozgató eszközök
- mérő eszközök
- azonosító eszközök

9. Megrendelés készítése, a megrendelés utáni feladatok



10. A készletgazdálkodás költségei. Hogyan hat a rendelési mennyiség és a rendelési gyakoriság alakulása a készletezési költségekre?



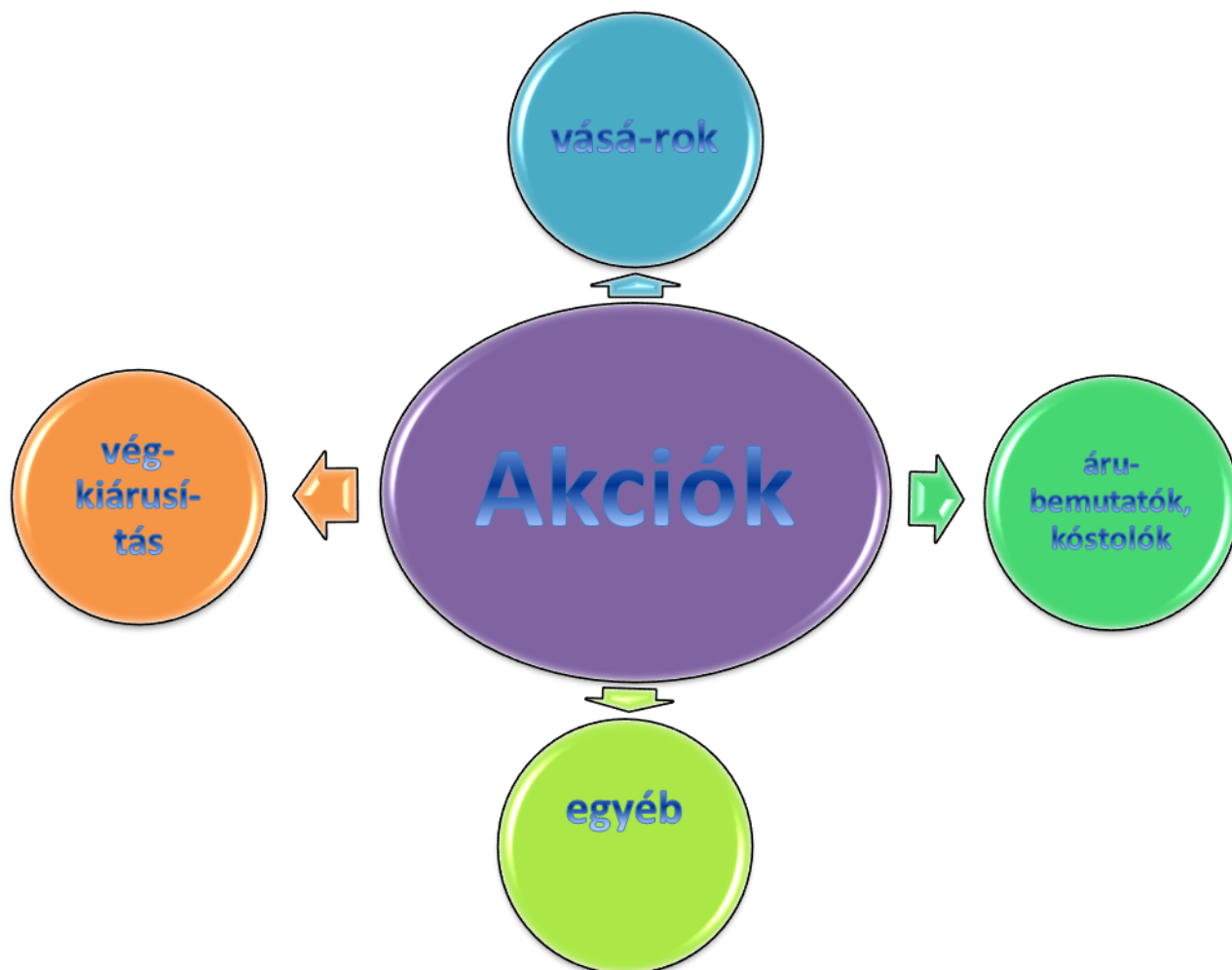
6. feladat

Az akció

Az akció célja és a termékek jellege alapján dönthető el, hogy milyen akciós formát válasszanak a kereskedelmi szakemberek. A legjelentősebb kérdés, hogy mivel kívánjuk a keresletet ösztönözni, pl. árákciókkal, amikor árengedményekkel keltjük fel az érdeklődést, vagy egyéb eszközökkel, pl. árengedmény nélküli akciót szervezünk a választék bővítésével.

Húzza nyíllal oda a jellemzőket, ahova tartoznak!

1. ismert a kezdete és a vége
2. ilyen kereskedelmi akciókat tartanak pl. üzletek bezárásakor
3. kiemelkedően széles az áruválaszték
4. addig tart, ameddig a készletek el nem fogynak
5. célja a kereslet egyenletesebbé tétele, időbeli széthúzása
6. árengedmény mértéke függ a termék jellegétől
7. célja a veszteségek minimalizálása
8. a termékeket véglegesen leárazzák
9. befolyó bevételt olyan termékekbe lehet fektetni, melyek eladásától magasabb hasznot remélünk
10. kereslet felkeltése egy új termék iránt
11. kiállítások során lehetőség van a piackutatásra
12. az árengedmény mértékét a nem kelendő termékek esetében növelik, míg minden terméket el nem adnak
13. lehetőség van a versenytársak feltérképezésére

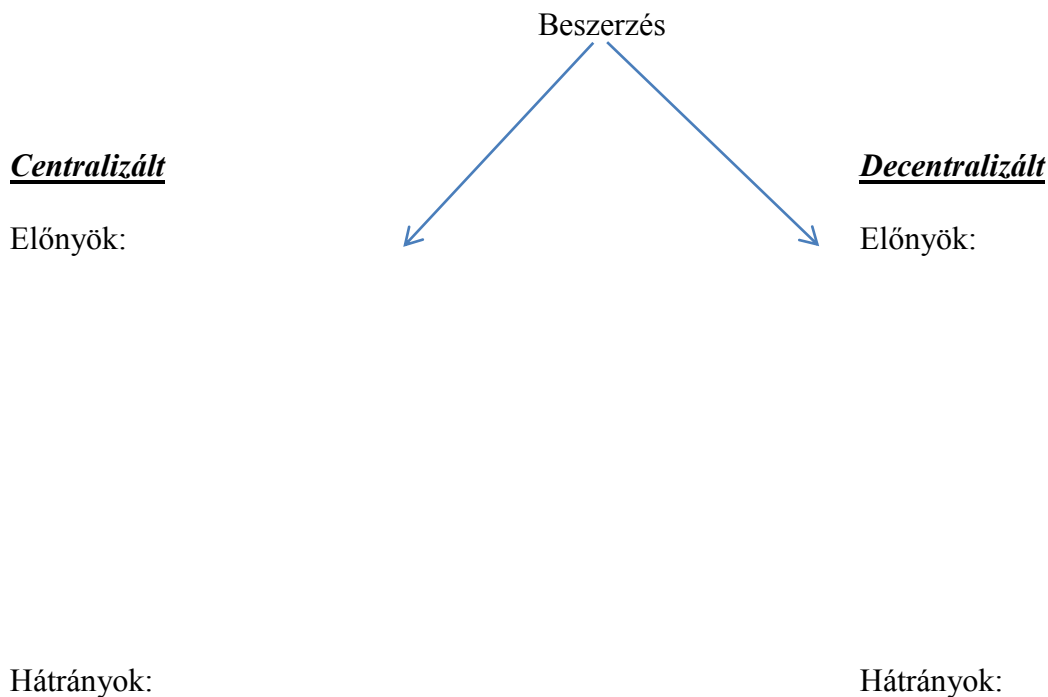


7. feladat

Beszerzési formák: centralizált, decentralizált

Az Ön cége egy több telephelyen is működő nemzetközi gyógyszerellátással, gyártással foglalkozó vállalkozás. Egyik terméküket a piaci folyamatok változása miatt továbbiakban már csak Magyarországon gyártják, más helyszíneken leállítják a termelést.

A beszerzési rendszer kialakítása folyamatban van, nem döntöttek még a centralizált és decentralizált forma közt.



8. feladat

Szállítóértékelési módok

Az Ön cége egy több telephelyen is működő nemzetközi gyógyszerellátással, gyártással foglalkozó vállalkozás. Egyik terméküket a piaci folyamatok változása miatt továbbiakban már csak Magyarországon gyártják, más helyszíneken leállítják a termelést.

Az egyik részegység tartozék beszállítóját a folyamatos minőségi kifogások miatt lecserélik, új beszállítót kell kiválasztani. Két potenciális ajánlat érkezett, most Önnek kell a döntés előkészítés során a javaslatát megtennie.

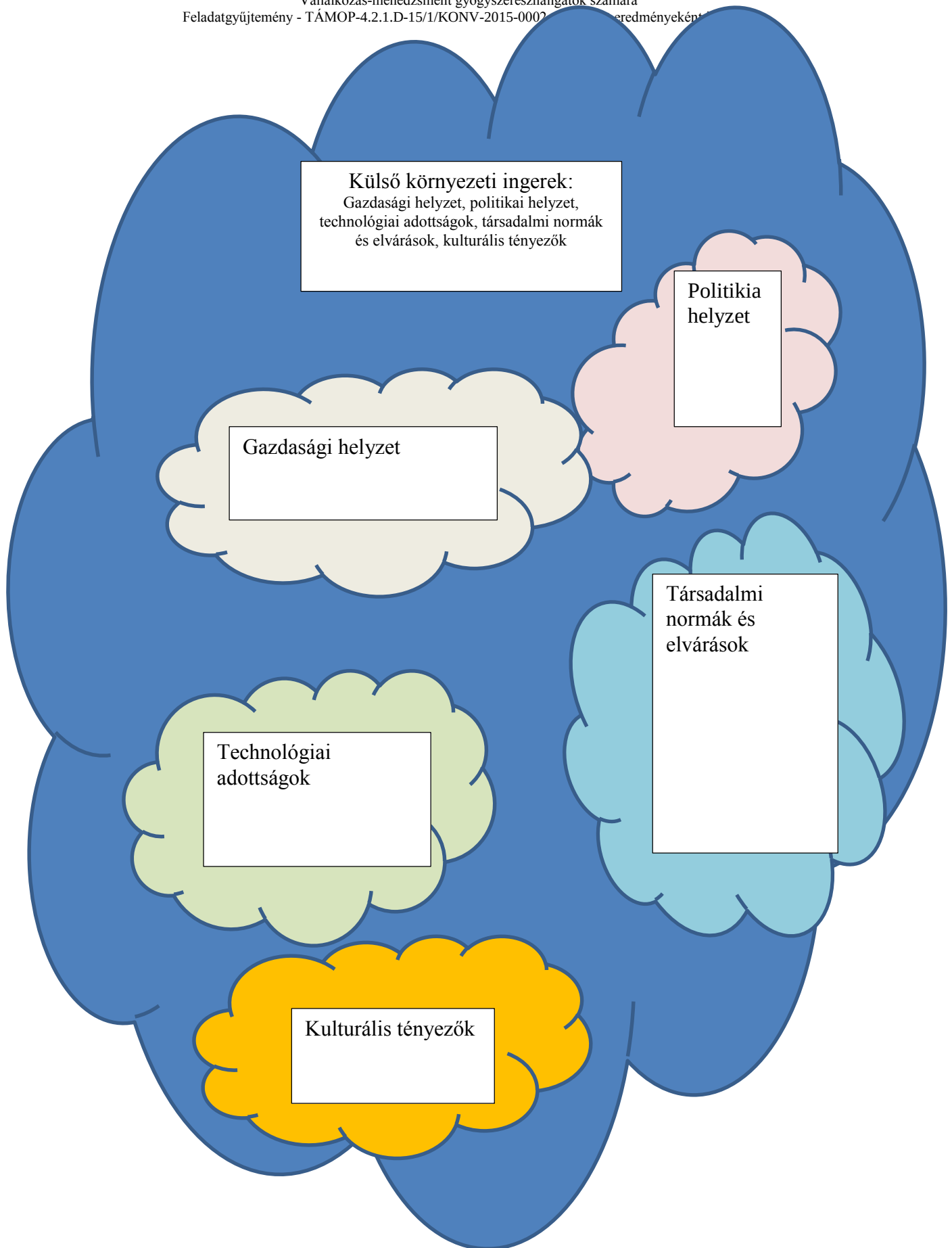
A hagyományos szállítóértékelő módszer, a súlyozott módszer és a költségalapú módszer közül válasszon kettőt és azok segítségével javaslatát tegye meg!

9. feladat

Külső környezeti ingerek

A külső környezeti ingerek körében tartozó tényezőket sem a vásárló, sem a vállalkozás nem képes befolyásolni, azokhoz alkalmazkodás nagyon fontos. Írja be értelemszerűen a megfelelő helyre a tényezők melletti számokat!

1. Infrastrukturális ellátottság
2. Jogszabályok
3. Hagyományok
4. Iskolázottsági szint
5. csatornázottság
6. Munkanélküliség
7. Védjegyek védelme
8. Infláció
9. Jogi korlátok, lehetőségek
10. Vasúthálózat megléte
11. Idegen nyelvek ismerete
12. Internet csatlakozási lehetőség
13. Politikai stabilitás
14. Illem
15. Szokások



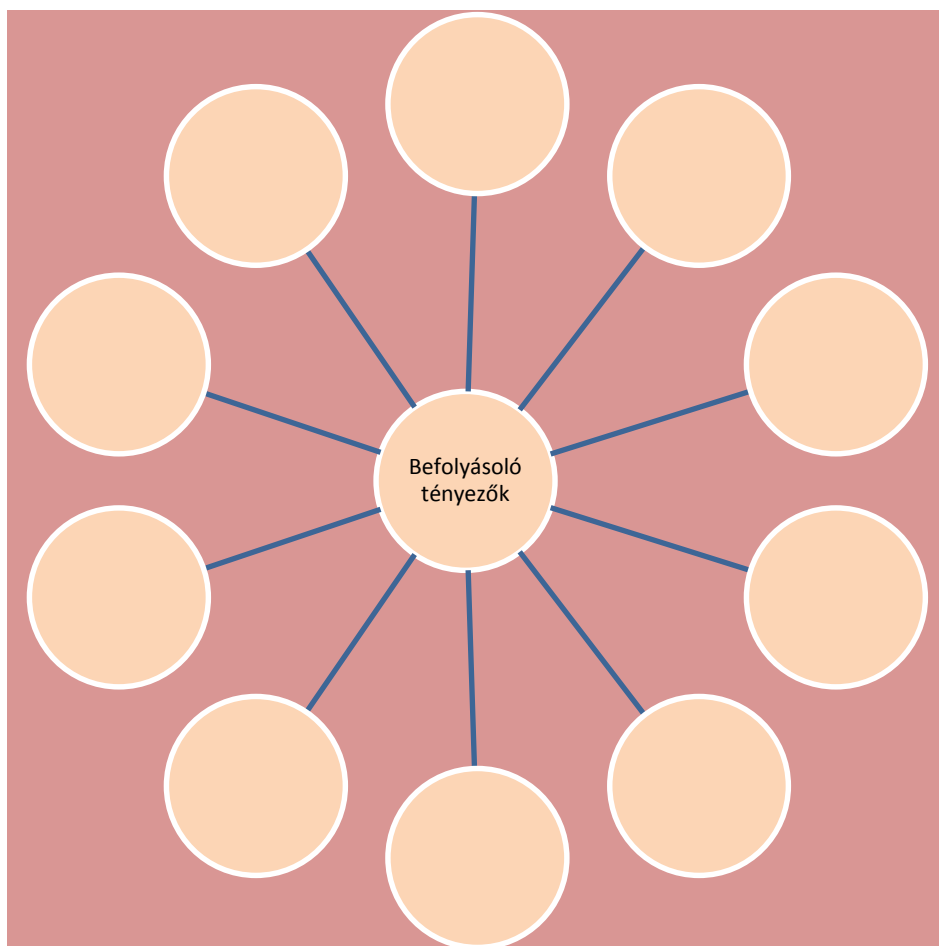
10. feladat

Vállalatánál Ön közreműködik a disztribúciós hálózat, értékesítési csatornák átalakításában.

Kérem, az előadás első felében elhangzottak alapján minden sorba gyűjtsön össze olyan kifejezéseket, fogalmakat, jellemzőket, melyeket a témával kapcsolatban fontosnak talál. Amennyiben nem találja olyan lényegesnek, de azért szeretné feltüntetni, a csillagdiagramba írja be őket!

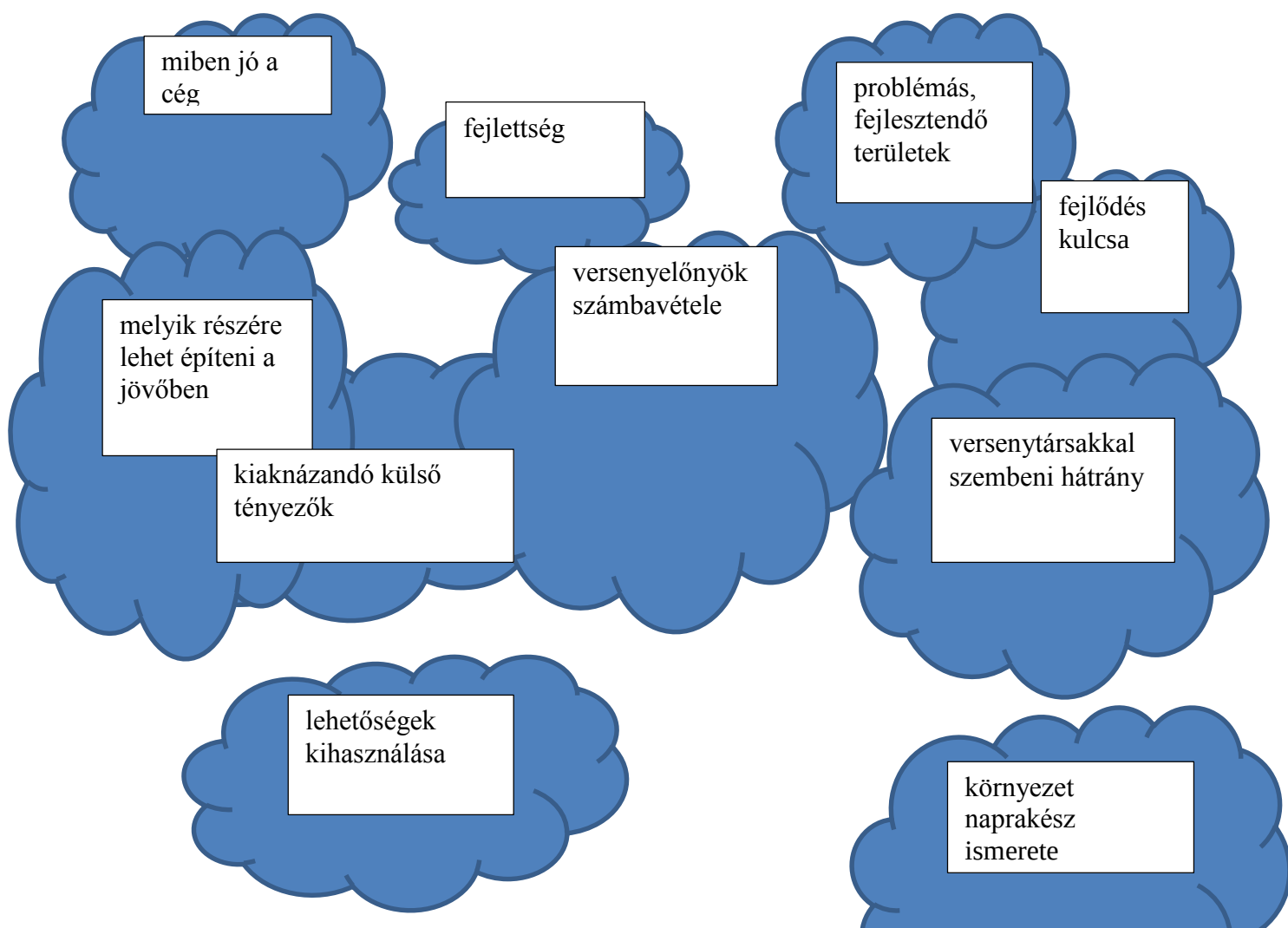
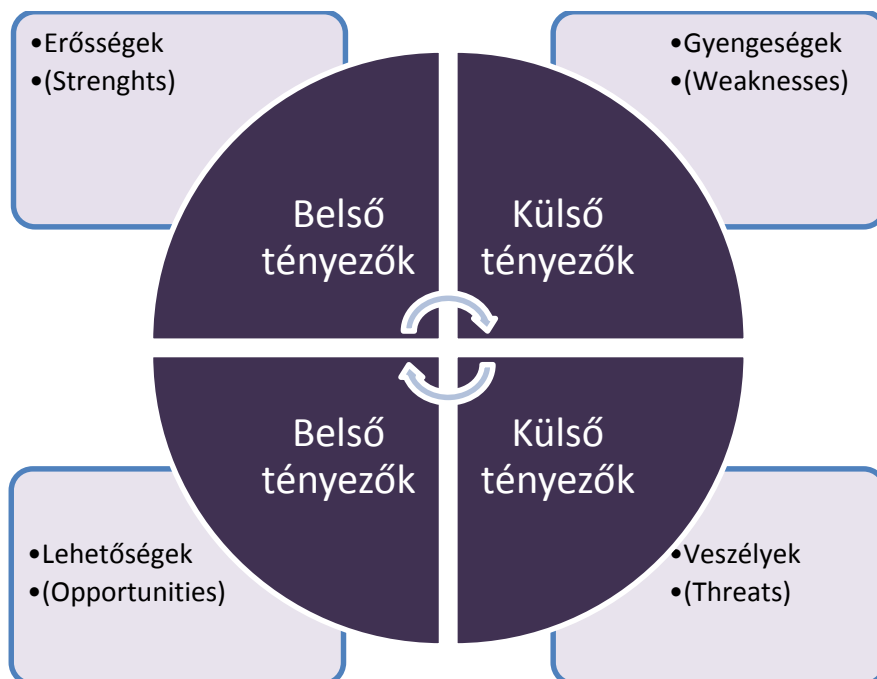
- Disztribúciós hálózat típusai:
 - Közvetett (lépcsős) rendszer:
.....
 - Közvetlen (direkt) rendszer:
.....
 - Rugalmas rendszer:
.....
- Befolyásoló tényezők:
 - kiszolgálási színvonal célok:
.....
 - költségek és azok együttes optimuma:
.....
 - vevők elhelyezkedése:
.....
 - áru és az előállítási folyamat jellege:
.....
 - egyéb szempontok:
.....
- Értékesítési csatorna szereplői:
 - elsődleges csatorna tagok (termelő, nagykereskedő, kiskereskedő):
.....
 - szakosodott (specializált) csatorna tagok (pl. logisztikai vagy pénzügyi szolgáltatók):
.....

Disztribúciós hálózat, értékesítési csatorna



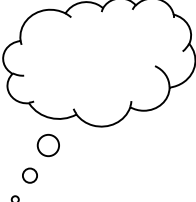
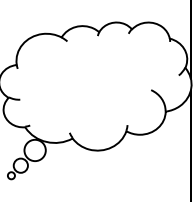
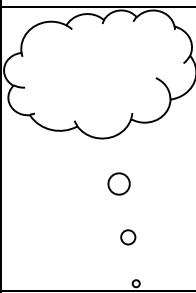
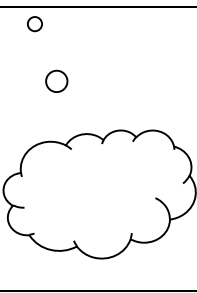
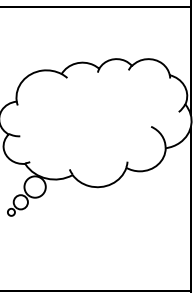
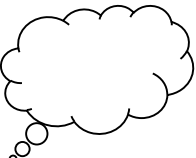
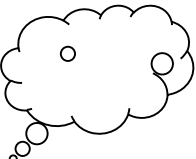
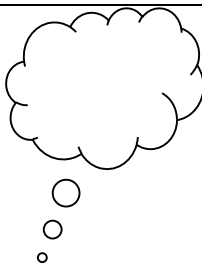
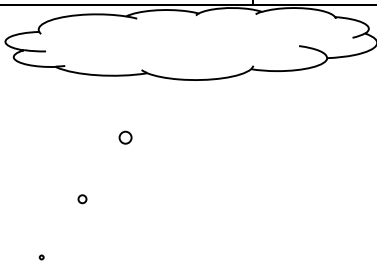
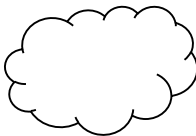
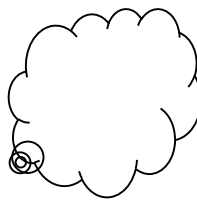
11. feladat

A SWOT analízis során előforduló Erősségek, Gyengeségek, Lehetőségek, Veszélyek területekre húzza oda nyilakkal az alábbi kifejezéseket!



12. feladat

Ön egy gyógyszer-nagykereskedő cég logisztikai osztályán dolgozik, tanácsadási feladatokat lát el. Egyik reggel az asztalon a kávéja ráborul a „Közlekedési alágazatok összefoglalása” táblázatára. Miután felitatta a kávéét, elmosódtak egyes részek a táblázatában. Értelem szerint egészítse ki!

Alágazatok	Részesedése	Előnyök	Hátrányok	Eszközei
Közúti közlekedési alágazat	Részesedése az utóbbi 10-15 évben folyamatosan növekszik			
Vasúti szállítási alágazat	Részesedése 15-17% körül mozog, csökkenő tendenciát mutat			
Vízi közlekedési alágazat Ezen belül tengeri szállítás és belvízi hajózás	 			 
Légi szállítási alágazat				
Csővezetékös áruszállítás	Részaránya enyhén növekvő tendenciájú   			

13. feladat

Az alábbi feladatban a készletgazdálkodási alapfogalmak és azok meghatározásai, jellemzői összekeveredtek.

Nyilakkal kösse össze őket értelemszerűen!

Szállítási készlet	olyan anyagi javak, amelyeket egy szervezet (pl. termelő, kereskedő, stb.) azért halmoz fel, hogy a jövőben az igényelt intenzitásoknak megfelelően azokat felhasználja.
FIFO módszer	szükség van rá, mert ingadozhat a termelés alakulása, folyamatossága, változhatnak a vásárlók igényei, ezen hatások készletek tartásával védhetők ki.
HIFO módszer	már jó ideje hevernek a vállalat raktáraiban, és szinte semmi esély arra, hogy belátható időn belül felhasználják őket,
Alkalmankénti készletellenőrzés	két rendelésbeérkezés közti szükséglet
Készletek fogalma	biztonsági vagy tartalékkészlet
LOFO módszer	úton lévő készlet
Fluktuációs készlet	működő berendezések alkatrészeinek pótlására, javításra stb. szolgál
Elfekvő (inkurrens) készlet	nem rendszeresen történik a készletek ellenőrzés (jellemzően ilyen a papíralapú nyilvántartás útján történő ellenőrzés), általában az elmúlt időszak hibáit, problémáit hivatott tisztázni, a megrendelés tűzoltómunka lesz
A LIFO módszer	elnevezése az angol „First In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Elsőnek Be, Elsőnek Ki”. Ennek használata esetén, ha az árak csökkennek,

akkor leértékel, ha az árak növekednek,
akkor felértékel

Biztonsági készlet

elnevezése az angol „Last In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Utolsónak Be, Elsőnek Ki”. A számítás során azzal a feltevéssel élünk, hogy az utoljára beszerzett anyagokat használjuk fel leghamarabb.

Tartalékalkatrész-készlet

elnevezése az angol „Lowest In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Legalacsonyabb Be, Elsőnek Ki”. A számítás során azzal a feltevéssel élünk, hogy a legalacsonyabb áron beszerzett anyagokat használjuk fel leghamarabb.

Cikluskészlet

elnevezése az angol „Highest In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Legmagasabb Be, Elsőnek Ki”. A számítás során azzal a feltevéssel élünk, hogy a legmagasabb áron beszerzett anyagokat használjuk fel leghamarabb.

14. feladat

Életgörbe szakaszai

Kiestek a füzet lapjai, tegye sorba őket, egy termék életgörbe-ciklusának etapjait találja rajtuk.

A termék rendszerint magas újdonságtartalma, így az esetleges vevők figyelmét a várható előnyökre kell felhívni. A termék újszerű, bizonyítani kell még....

A termék jellemzői a bevezetés során szerzett tapasztalatok alapján módosulhatnak. A csomagolás változtatása itt még megtörténhet. Fontos a jogi

Piaci részesedés gyors növekedése jellemző. Az eszközök az intenzív reklámkampányok és egyéb marketing eszközök. A termék jellemzői ekkor már nem változnak, a vállalkozás számára a nyereség tömeg optimalizálása kulcsfontosságú.

A termék elvesztette újdonságértékét, a vásárlások száma visszaesik, a kereslet jövőbeni alakulása bizonytalan. A bevétel csökken esetleg majd a terméket ki is kell vonni a piacról.

A termék ismert, már a piacon van. A vásárlók keresik, bizalom jellemzi. Új változatok már nem készülnek. A még nagyobb siker kulcsa a külpiacra lépés lehet.

15. feladat

TOTÓ

- 1) Szabadon elkölthető jövedelemnek nevezzük....
 - a. a vásárlási alapot
 - b. gazdaságosságot
 - c. vagyoni helyzetet
 - d. jövedelmet
- 2) Philip Kotler alapján a klasszikus társadalmi osztályok esetén a középosztály%-ot tesz ki.
 - a. 72
 - b. 12
 - c. 32
 - d. 52
- 3) A vásárlók kulturális tényezői közé soroljuk a kultúra, szubkultúra és a meghatározásait.
 - a. társadalmi osztály
 - b. vásárlóerő
 - c. magatartási formák
 - d. pszichológiai tényezők
- 4) Az inger-válasz-elmélet lényege, hogy egy adott inger egy konkrét vált ki.
 - a. ajánlatot
 - b. vásárlást
 - c. válaszreakciót
 - d. referenciaárat
- 5) Az ingereket nagy csoportra oszthatjuk.
 - a. 5
 - b. 4
 - c. 3
 - d. 2
- 6) A körébe tartozó tényezőket sem a vásárló, sem a vállalkozás nem képes befolyásolni, azokhoz csak alkalmazkodni lehet.
 - a. külső környezeti ingerek
 - b. vásárláspolitiká
 - c. marketingmix
 - d. értékesítés

- 7) A vásárlók jellemzőit nagy területre bonthatjuk.
- a. 2
 - b. 3
 - c. 4
 - d. 5
- 8) A rádióreklám általában rövid.
- a. szövege
 - b. értéke
 - c. hatása
 - d. előnye
- 9) A reklámtervezés alapelveként az rövidítést szokták emlegetni.
- a. 4P
 - b. 7R
 - c. 5M
 - d. 7O
- 10) A marketingkommunikáció hagyományosan területet foglal magába.
- a. 2
 - b. 3
 - c. 4
 - d. 5
- 11) A reklám célja a potenciális befolyásolása.
- a. fogyasztók, felhasználók
 - b. árbevétel
 - c. tevékenységi kör
 - d. társadalmi cél
- 12) A reklámeszközöket több szempontból is csoportosíthatjuk, például az érzékszervekre való hatásuk alapján :, auditív, audiovizuális és egyéb érzékszervekre ható reklámeszközök.
- a. akciós
 - b. vizuális
 - c. tapintható
 - d. illattal bíró

- 13) A reklámfilm egy audiovizuális reklámeszköz, mely általában másodperc hosszú.
- a. 15-60
 - b. 120-240
 - c. 480-600
 - d. 60-120

16. feladat

TOTÓ

1. A logisztikai alrendszerek egy olyan vállalatban belül, amely még nem ismerte fel a logisztikai tevékenység stratégiai jelentőségét, helyezkednek el.
 - a. integráltan
 - b. kihelyezve
 - c. szétszórva
 - d. egyáltalán nem is
2. A logisztikai beszerzéseknél a két legfontosabb mozgatórugó: a és a vevői igények magasabb szintű kielégítésének szükségessége.
 - a. költségérzékenység
 - b. vállalatirányítás
 - c. szállítólevelek
 - d. késedelem elkerülése
3. A a szakirodalom 3 nagy területre osztja fel : anyagellátás, készletgazdálkodás, fizikai disztribúció.
 - a. szállítmányozást
 - b. logisztikát
 - c. beszerzést
 - d. fuvarozást
4. Azügy tekinthető, mint a kívánatos anyagválaszték elérhetőségének biztosítása a megfelelő helyen és időben.
 - a. beszerzés
 - b. megrendelés
 - c. ajánlatkérés
 - d. anyagellátás
5. Amíg azonban a a vállalatban kívüli mozgásokat, addig az anyagellátás a belső vállalati folyamatokat (a gyártást az összeszerelést stb.) is támogatja.
 - a. disztribúció
 - b. beszállítás
 - c. raktározás
 - d. rendelésfeladás

6. Fizikai: más néven elosztás, úgy tekinthető, mint a termékek mozgatása a termelőhelyről a vevő felé.
- disztribúció
 - beszállítás
 - raktározás
 - rendelésfeladás
- 7: az anyagok és termékek üzemen belüli mozgásának leltári nyilvántartása, mely nem csak az anyagok üzemen belüli mozgását követi, hanem a késztermékét is az üzemből a készáru-raktárig.
- készáru-gazdálkodás
 - félkészáru.gazdálkodás
 - készletgazdálkodás
 - alapanyag-gazdálkodás
8. Aszerint a logisztikának a következő 7 feltételt kell biztosítania :
- 1.) a Megfelelő terméket,
 - 2.) a Megfelelő minőségben és mennyiségben,
 - 3.) a Megfelelő állapotban,
 - 4.) a Megfelelő helyen,
 - 5.) a Megfelelő időben,
 - 6.) a Megfelelő felhasználónak
 - 7.) a Megfelelő költségek mellett kell rendelkezésre bocsátania.
- 5 O-elv
 - 7M-elv
 - 3 V-elv
 - 4 T-elv
9. VI. (Bölcs) bizánci császár (866-912) a „Háború művészetének összefoglaló magyarázata” c. művében a logisztikáról a következőket írta :...
- Alexander
 - Ferdinánd
 - Hannibál
 - Leó
10. A során minden 10 amerikai katonából 3 vett részt közvetlenül a harcokban, a többség (70%) logisztikai feladatot látott el.
- I. világháború
 - II. világháború
 - Hidegháború
 - Észak-Déli háború

11. Az a szokásostól eltérő, forgalomnövelő célzatú kereskedelmi tevékenység.
- a. akció
 - b. kiárúsítás
 - c. rádióreklám
 - d. sajtóreklám
12. A , mint vállalati funkciónak az a feladata, hogy a termelés igényeinek megfelelően „készletbe helyezze” a felhasználandó anyagokat, félkész- és késztermékeket, és az ezekhez kapcsolódó információkat.
- a. készletgazdálkodásnak
 - b. disztribúciónak
 - c. beszerzésnek
 - d. termelésnek
13. A beszerzés egyébként a vállalat legjelentősebb anyagáramlási folyamatát generálja. Egy átlagos iparvállalat bevételének 55-60%-át költi inputanyagokra. Ez a szám pedig vegyipari és élelmiszeripari vállalatok esetén akár a%-ot is elérheti!
- a. 65-70
 - b. 70-75
 - c. 70
 - d. 70-85

17. feladat

Év végi összetett feladatsor

Egy gyógyszer-nagykereskedő cég munkatársaként készítsen tervet egy már eladott, 240 gyűjtőkarton gyógyszert tartalmazó küldemény leszállítására.

Főnöke az alábbi feladatokkal bízza meg Önt, illetve az alábbi kérdésekre vár Öntől választ:

1. Mutassa be az árut esetlegesen érő igénybevételeket és kínáljon megoldásokat, lehetőségeket az ellenük való védekezés során!
2. Állítson össze egy vázlatot: fuvarozói ajánlatkérésre vonatkozóan!
3. A szállítási ágazatok közül miért pont a közútit választja ki? Milyen előnyei és milyen hátrányai lehetnek a választásának?
4. Ön feladatként kapja, hogy képezzen egységrakományokat. Az Euro raklapot tudná ezen feladata során ajánlani?
5. A részleges kötésbe helyezéssel kívül pántolással vagy fóliázással biztosítaná a csomagokat a raklapon a ledőlés ellen? Hozzon érveket és ellenérveket mindkét módra! Ön nagyon fontosnak találja, hogy az egyes rétegek részben kötésben legyenek.

Meglévő adataink:

A termékek 40×20×10 cm magas külső méretű karton dobozokba vannak csomagolva. Összesen 24000 db dobozt tartalmaz a szállítmány.

A dobozok halmazolása 8 rétegig megengedett.

Év végi kiselőadási lehetőségek

Beszerezés

1. Az Ön cége egy több telephelyen is működő gyógyszerellátással foglalkozó vállalkozás.
 - a. A beszerzési rendszer kialakítása folyamatban van, nem döntöttek még a centralizált és a decentralizált beszerzési forma közt. Ön a cég tanácsadója. Tegyen javaslatot, melyben mindkét forma előnyeit és hátrányait bemutatja.
 - b. Az egyik nagykereskedő által szállított termékkel folyamatos minőségi kifogások vannak, új beszállítót kell kiválasztani. Az alábbi táblázat kitöltésével jellemezze a beszállító-megrendelő modelleket.

	Versenyeztető modell	Együttműködő modell
Kapcsolat jellege		
Szállítók száma		
Kapcsolat hossza		
Szerződés		
Közös tevékenység		
Rendelések száma		
Tárgyalási stratégia		
Szállítókiválasztás		

Logisztika – Disztribúció

Az Ön cége egy több telephelyen is működő gyógyszerellátással foglalkozó vállalkozás.

A beszerzési rendszer kialakítása folyamatban van, már döntöttek a centralizált és a decentralizált beszerzési forma közt. Ön a cég tanácsadója. Tegyen javaslatot, mely közlekedési alágazatot válasszák mely termékcsaládhoz, ezek előnyeit és hátrányait bemutatva.

Hasonlítsa össze az 5 közlekedési alágazatot, (közúti, vízi, légi, vasúti, csővezetékes) mutassa be előnyeit, hátrányait!

Marketing – Akció

1. Önnek egy kozmetikai és babaápolási termékeket forgalmazó kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozása van. Az utóbbi időben az árbevétel stagnálását, majd kisebb csökkenését figyelte meg. Soroljon fel néhány okot, amelyekre visszavezethető az árbevétel csökkenése!
2. Milyen eszközökkel lehetne az árbevétel csökkenését megállítani, illetve az árbevételt növelni? Soroljon fel néhányat!
3. Ezek közül az eszközök közül melyeket sorolná a kereskedelmi akciók kategóriájába?
4. Az alábbi táblázat kitöltése kapcsán mutassa be az akció módjait, jellemzőit, ezek előnyeit, hátrányait. Tegyen X jelet a megfelelő rovatokba. Egy terméknel több akciós formát is választhat. Választásait indokolja!

Piackutatás

1. Ön egy szegedi kertvárosi családi gyógyszerertárat vezet. Vállalkozása a környékben élő és dolgozó lakosság igényeit elégíti ki. Tudomására jut, hogy a környéken egy gyógyszerértárlánc nyitja meg új üzletét.
2. Gondolja végig, milyen következményekkel járhat az új versenytárs megjelenése?
3. Mely területeken nem fogja tudni felvenni vele a versenyt?
4. A meglévő betegek (vevők) megőrzése érdekében mely eszközök állnak rendelkezésére?
5. Mely eszközökkel ismerné meg a versenytársak kínálatát, illetve saját vevőkörének esetleges további igényeit?

Piackutatás

Egy új vállalkozást szeretne indítani meglévő tőkéjének hasznosítása céljából.

1. Milyen esetekben célszerű piackutatást végezni? Mi a célja?
2. Mely elemeket kell tartalmaznia egy piackutatásnak? Mutassa be egy konkrét példán keresztül!

Hogyan készítené el egy piackutatási jelentést

Szállítóértékelési módszerek

Vállalatánál értékelik a gyógyteák három beszállítóját és ehhez az Ön közreműködését is kéri.

Súlyozott pontrendszer-számítással értékelje a megadott szempontok és értékek alapján a három beszállítót!

Szempontok:

- szállítási határidő betartása
- sérült termékek száma
- ár
- hibásan kitöltött számlák száma

Szempont	„A” beszállító	„B” beszállító	„C” beszállító	Súly %-ban
szállítási határidő betartása (pontos szállítás / késedelmes)	18/20	20/20	15/20	35%
sérült termékek száma (hibátlan termékek/összes)	19/20	17/20	18/20	25%
ár (legalacsonyabb ár/ár)	5Ft/6Ft	5Ft/5Ft	5Ft6/Ft	30%
hibásan kitöltött számlák száma (hibátlanul kitöltött/hibásan)	17/20	15/20	20/20	10%

Üzleti terv

Ön egy szegedi kertvárosi családi gyógyszerertárat vezet. Vállalkozása a környezetben élő és dolgozó lakosság igényeit elégíti ki. Tudomására jut, hogy a környéken egy új üzlethelyiség kerül eladásra, mely alkalmas lenne terjeszkedésre. (Ön már régóta gondolkodik bővítésben.) Készítsen üzleti tervet!

1. Mely helyzetekben lehet szükséges még elkészíteni egy üzleti tervet?
2. Milyen funkciói lehetnek egy üzleti tervnek?
3. Mutassa be ezen konkrét példán keresztül, hogyan készítené le egy üzleti tervet, mely elemeket kell tartalmaznia, mely fejezetekből kell állnia?

Reklámok

1. Jellemezzen 5 audiovizuális gyógyszerreklámot a (7”O” marketing elemek) az alábbi ismérvek szerint:

7 ”O” szempontok	1.	2.	3.	4.	5.
Occupants Kik a vevőink?					
Objects Mi a szóban forgó termék?					
Objectives (célpont) Mi motiválja a vevőt a vásárlásban					
Organisation Kik a vásárlás résztvevői?					
Operations (művelet) Hogyan zajlik le a vásárlás?					
Occasions (alkalom) Mikor történik a vásárlás?					
Outlets Hol vásárolnak?					

Megoldások

1. Logisztikai szolgáltatók

Alapszolgáltatások:

- fuvarozás
- fuvarozási szolgáltatások
- szállítmányozás
- raktározás
- információs rendszerek működtetése
- elosztás

Érték-hozzáadott szolgáltatások:

- készletgazdálkodás
- komissiózás
- címkézés
- visszáru- és hulladék kezelése
- (újra)csomagolás
- selejt kezelése
- tanácsadás

2. Marketing

Marketing történelmi fejlődése

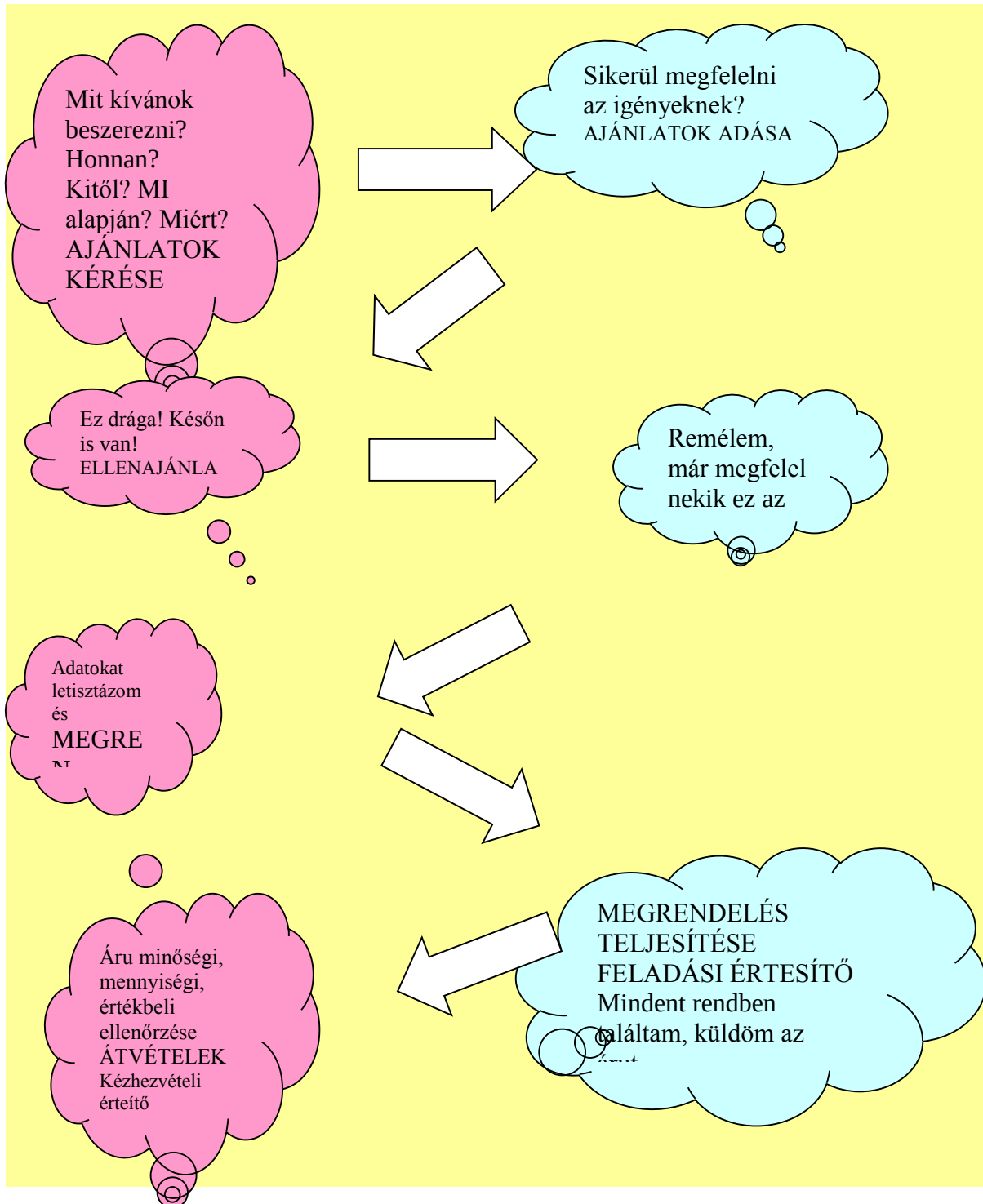
Állítsa időrendi sorrendbe a bekezdéseket! Az alábbi táblázatba írja be a megoldást!

	Bekezdés betűjele	Megjegyzés
1	c	
2	e	
3	b	1907
4	f	
5	h	1704
6	d	1782
7	i	1841
8	j	1880
9	a	1899
10	g	1908

- A. Amerikában az első mozgó reklámfilmvet bemutatták
- B. A modern marketingről először akkor beszélhettünk, amikor a fogalom megjelent 1907-ben Encyclopedia Britannica-ban. A kifejezés az angol to market: piacra vinni igéből ered.
- C. Az ókor kereskedői, akik karavánjaikkal vitték-hozták az áruikat messzi tájak közt, már alkalmazták a marketing módszerét, valaki valamit el akart cserélni valami másra, különböző módszerekkel befolyásolta a másik felet. A Római Birodalomban, a különböző falfestések, feliratok szintén marketingtevékenység megjelenésére utalnak, hiszen a piac megjelenésével már megjelent a vásárlók befolyásolása, az értékesítés-ösztönzés is.
- D. Magyar nyomtatott sajtóban olvasható volt egy üzleti hirdetés
- E. A középkorban a cégeknek volt reklámhatása, a céhek pedig a megfelelő minőségre ügyeltek, azaz a cég imázsát alakították.
- F. A középkorban „Marco Polo-i”, kereskedői megkérdezték a polgárokat, mire van szükségük, válaszaik ismeretében döntöttek a beszerzendő termékekről.
- G. Henry Ford útjára bocsátotta az első tömegautót, a T modellt.
- H. Az első újsághirdetés megjelenése Amerikában
- I. A világ első reklámügynökségét alapították meg Philadelphiában
- J. Budapesten megjelentek az utcai plakátok, hirdetőoszlopok

3. Beszerzés

Beszerzési folyamatábra



4. Információs rendszer

A beszerzési információs rendszer feladata a beszerzéssel kapcsolatos információk

- gyűjtése
- tárolása, elemzése
- feldolgozása
- áramoltatása, megjelenítése, közlése
- az információs rendszer működtetése

Vannak primer (elsődleges) ill. a szekunder (másodlagos) információk.

Primer információk: saját kutatással szerezzük meg. Ennek egy lehetséges célszerű folyamata:

- a kutatási cél meghatározása
- a kutatási terv elkészítése
- az adatok megszerzése, összegyűjtése
- az adatok ellenőrzése, kiegészítése, elemzése, értékelése
- tanulmány készítése, megállapítások, következtetések tétele, előrejelzések készítése, javaslatok kidolgozása
- kutatást végezhet maga a beszerző, de a feladattal meg lehet bízni erre szakosodott szakértőt vagy piackutató céget.

Szekunder információk: másodkézből való információk, mivel nincs mindig lehetőségünk elsődleges információk szerzésére.

- Belső információs források
 - korábbi beszerzések statisztikái
 - a vállalat gazdasági adatai
 - vállalati értékesítés nagysága, összetétele, tendenciái
 - külföldi és belföldi megrendelések nagyságrendje
 - beszállítók és vevők száma, összetétele, változása
 - műszaki fejlesztés irányai, várható jövőbeni beszerzési igények, a kapacitások lekötöttségei
 - beszerzések nagyságrendje
 - korábbi beszerzések tapasztalatai, reklamációk, veveőszolgálat
- Külső információs források
 - a (lehetséges) beszállítók gazdasági adatai
 - piaci elemzések, tanulmányok
 - központi irányító szervek közleményei
 - statisztikai kiadványok, fogyasztási statisztikák
 - napi sajtó, heti lapok, szaksajtó

5. Beszerzés összefoglalás

1. Beszerzési folyamat lépései

Új beszerzés esetén szükséglet azonosítása, az igények pontosítása, a szükséges információk beszerzése, hiányzó információk pontosítása
A szállító felkutatása új termék vagy szolgáltatás esetén vagy rutin beszerzésnél
A beszállító kiválasztása, szállítói ajánlatok értékelése
Rendelés feladása
Megrendelés utáni tennivalók

2. Beszerzési ajánlatok megszerzésének lehetséges eljárásai

Leggyakrabban használt eljárások, az eljárásformák alkalmazásának feltételei

1. Ajánlat kérés formái, tartalma, jogi keretei
2. Tender kiírás, tartalma, célja, formái

3. Beszerzési piackutatás

A beszerzési piackutatás célja
A megszerezni kívánt információk köre
Az adatok begyűjtésének forrásai
A gyűjtött adatok feldolgozása és tárolása

4. Ajánlatkérés

Szükséglet azonosítása
Termékek és szolgáltatások beszerzése közötti fontosabb különbségek
Ajánlatkérés módjai
Ajánlatkérés tartalmi elemei

5. Ajánlatok értékelési módjai

Ajánlatok tartalmi, formai elemei
Ajánlatok értékelésének szempontjai
Az ajánlatok értékelését befolyásoló tényezők
Ajánlatok kezelése

6. A centralizált beszerzési szervezet jellemzői, előnyei, hátrányai

Beszerzés helye a vállalati szervezetben
Centralizált, decentralizált beszerzési szervezet és jellemzői
Beszerzett termékek és szolgáltatások csoportjai, jellemző felhasználók
Belső igénylőkkel és szállítókkal való kapcsolat kezelése, az információáramlás módjai

7. A szállítóértékelés lehetséges céljai és módszerei. Ezek gyakorlati alkalmazásának feltételei és szempontrendszerei

A szállítóértékelés célja

Eljárások:

- kategórikus eljárás,
- súlyozott pontrendszer,
- költségalapú eljárások,
- egyéb eljárások.

A szállítóértékelési eljárás kiválasztásának szempontjai

A szállítóértékelés szempontjai és az azt befolyásoló tényezők

8. Az áru átvételéhez kapcsolódó főbb feladatok és a kezelendő bizonylatok

Az áruátvételhez kapcsolódó főbb feladatok:

- szerződés teljesülésének ellenőrzése
- áru minőségi, mennyiségi és értékbeli ellenőrzése
- az áruátvétel területe és technikai háttere

Bruttó átvétel, vakátvétel, tételes átvétel fogalma, teendői

Az átvevő felelőssége

Az áruátvétel során kezelt bizonylatok (az áru átvételét igazoló bizonylatok, a készletre vétel bizonylatai)

Reklamációk intézése

Az áruátvételnél használt eszközök:

- anyagmozgató eszközök
- mérő eszközök
- azonosító eszközök

9. Megrendelés készítése, a megrendelés utáni feladatok

A megrendelés tartalmi elemei

A megrendelés formai és jogi elemei

A megrendelés utáni feladatok (visszaigazolás ellenőrzése, áru ellenértékének kiegyenlítése, garanciális problémák kezelése, dokumentáció ellenőrzése, visszáru kezelése, beszerzési folyamat értékelése, áru beérkeztetése)

10. A készletgazdálkodás költségei. Hogyan hat a rendelési mennyiség és a rendelési gyakoriság alakulása a készletezési költségekre?

A készletgazdálkodáshoz kapcsolódó főbb költségcsoportok

A rendelési költség és a készlettartási költség közötti kapcsolat, gyakorlati példákkal

Az optimális rendelési mennyiség grafikai meghatározása

6. Akció

Az akció célja és a termékek jellege alapján dönthető el, hogy milyen akciós formát válasszanak a kereskedelmi szakemberek. A legjelentősebb kérdés, hogy mivel kívánjuk a keresletet ösztönözni, pl. árárciokkal, amikor árengedményekkel keltjük fel az érdeklődést, vagy egyéb eszközökkel, pl. árengedmény nélküli akciót szervezünk a választék bővítésével.

Vásárok: jellemzői, hogy ismert a vásár kezdete és vége, azaz időben behatárolható, meghatározható a vásárba bevont termékek köre, illetve a vásár jellege is. Ennek alapján megkülönböztethetünk:

Árengedmény nélküli vásárokat, melyek során a kiemelkedően széles áruválaszték, a kiemelkedő minőség vagy vásárlási körülmények a vonzóak a fogyasztók számára. Célja a kereslet egyenletesebbé tétele, időbeli széthúzása. Ilyen például a januárban visszatérően megrendezésre kerülő „Fehér hetek”, mely során lakástextíliát, illetve háztartási textilárúkat tudunk a szokásosnál nagyobb választékból kiválasztani és megvásárolni.

Árengedményes vásárokat, melynél az árengedmény mértéke függ a termékek jellegétől, a megcélzott vevőréteg (célcsoport) preferenciáitól, a versenytársak aktivitásától. Az árengedményes vásárok gyakori célja a veszteségek minimalizálása, pl. a szezonális, idényjellegű termékeknél az idény végén, szezonváltáskor történő értékesítés. Ha a kereskedő nem tudja értékesíteni ezeket a termékeket, akkor azok tárolása a következő szezonig számára költségekkel jár, ráadásul vállalja annak a kockázatát is, hogy esetleg kimegy a divatból, megváltozik a célcsoport kereslete stb. Az ilyen termékekben lekötött tőke nem is jövedelmező, hiszen hosszú idő után hoz esetleg átlagos profitot. Ha az ezekbe az árukba befektetett tőkét árengedményes vásáron értékesíti, az így befolyó bevételt olyan termékekbe fektetheti, melyek eladásától magasabb hasznot remél. Ezért megéri a szezon végén megmaradó készleteket a beszerzési áron vagy kicsivel az alatt is értékesítenie.

Végkiárusítás: Jellegében hasonlít a vásárokhoz, de csak a kezdeti időpontja ismert. A végkiárusítás addig tart, ameddig a készletek el nem fogynak. A termékeket ilyenkor véglegesen leárazzák, s így értékesítik. Ilyen kereskedelmi akciót tartanak pl. üzletek bezárásakor vagy profilváltáskor. A cél a veszteség minimalizálása.

Az árengedmény mértékét a nem kelendő termékek esetében folyamatosan növelik, mígnem minden terméket eladnak.

Árubemutatók, kóstolók, kiállítások: Szerepük a kereslet felkeltése egy új termék iránt. - Szervezésük sajátos, mivel gyakran együttműködésre van szükség a gyártó és a kereskedő között. Gyakran a bolti alkalmazottak száma, képzettsége nem elegendő a lebonyolításhoz, ilyenkor hostesseket kell alkalmazni.

A kiállítások során általában lehetőség van piackutatásra, a versenytársak feltérképezésére is, így a vállalkozás arculatát is jelentősen befolyásolhatják.

7. Beszerzési formák: centralizált, decentralizált

A beszerzési folyamatok vállalton belüli elvégzésének módját alapvetően az határozza meg, hogy a beszerzés hol helyezkedik el a szervezetben belül, ill. hogy kik, mely részlegek azok, akik beszerzési jogkörrel bírnak.

A szervezet kialakításának alapvető kérdése, hogy a beszerzés centralizáltan vagy decentralizáltan történjen. Ez azt jelenti, hogy központosított beszerzés esetén a beszerzéssel kapcsolatos teendők összességét egyetlen, általában a vállalati központban működő beszerzési szervezet látja el. A decentralizált struktúrában viszont a feladatokat divíziókhoz, üzemekhez, leányvállalatokhoz, lerakatokhoz kötik. Számos tényezőtől függ, hogy melyik megoldást válasszuk, mindkettőnek vannak előnyei és hátrányai is:

Decentralizált beszerzés esetén az előnyök:

- Kevesebb koordinációt, egyeztetést igényel, hiszen a beszerzési szervezetnek közvetlen a kapcsolata felhasználóval, így az igények a legapróbb részletekig pontosíthatóak.
- Az ilyen, felhasználóval kialakított kapcsolat kevésbé bürokratikus, szinte családias működést eredményezhet.
- Vevőorientáltság jellemzi.
- Közvetlenebb a beszállítókkal kialakított kapcsolat is.

Decentralizált beszerzés esetén a hátrányok:

- A beszerzéseket külön-külön hajtják végre, a nagyobb megrendelés esetén járó kedvezményeket nem lehet felhasználni
- Nincsen egységes fellépés a beszállítókkal szemben
- Az egyes megrendelt termékek standardizációja nehezen oldható meg

Centralizált beszerzés esetén az előnyök:

- Nagyobb mennyiség megrendelése esetén árkedvezmény vagy más jellegű kedvezmény jellemző
- Kisebb szállítási és egyéb (csomagolási, vámoltatási, raktározási, adminisztratív) költségek
- Egyenletesebb minőség, standardizáció megoldható

Centralizált beszerzés esetén a hátrányok:

- Aprólékos igények begyűjtése, megrendelések időben előre tervezése szükséges
- Rugalmatlan, kevésbé vevőorientált
- Beszállítókkal kialakított kapcsolat személytelen

8. Szállítóértékelési módok

Eljárások:

- kategorikus eljárás,
- súlyozott pontrendszer,
- költségalapú eljárások,
- egyéb eljárások.

A szállítóértékelés a beszerzésben alkalmazott technikák közül az egyik legfontosabb. Ezek közül kettő (a kategorikus eljárás és a súlyozott pontrendszer) a mindennapi gyakorlatban is elterjedtnek számít.

1. Hagyományos szállító értékelő módszer

A jó beszállítójának definíciója szinte meghatározhatatlan. Viszont számos szempont meghatározható, mely alapján elmondhatjuk egy szállítóról, hogy elégedettek vagyunk vele.

- Megbízhatóság: szállítások száma, ideje, adminisztratív feladatok ellátásában is pontosság
- Pontos szállítások
- Ár: nagyobb mennyiség megrendelése esetén különböző kedvezmények
- Stabil háttér
- Állandó elérhetőség
- Háttérszolgáltatások
- Jól felszerelt géppark

Előnyei:

- gyors információ nyerése (telefonon, ismerőstől)
- nincs szükség adatgyűjtésre
- olcsó, nem kell adatbázist készíteni

Hátrányai:

- napi rutinná válhat a szállítóértékelés, nincs aktualizálva
- szubjektivitás
- nem konkrét adatokra kérdez rá

	„A” beszállító	„B” beszállító
Ár	X	
Nagyobb mennyiség megrendelése esetén különböző kedvezmények		X
Pontos szállítások		X
Stabil háttér		X
Gyors információ nyerése, elérhetőség	X	
Csomagolási költségek átvállalása		X

2. Súlyozott pontrendszerű értékelés

A szállító értékelés során gyakran kerülünk olyan helyzetbe, hogy egymással nehezen összevethető szempontokat kell, összehasonlítani. Például az egyik szállító jobb minőséget, szállít de a másik, viszont gyorsabban. A súlyozott pontrendszerben az értékelési tényezőket számszerűen fejezi ki.

A szállító értékelésünk szempontjait több tényezőt is kiválaszthatunk, nekünk fontosakat, például a szállított áruk minőségét, szállítási pontosságát és az árat. A minőséget a hibátlan beszállítások arányával mérjük, a szállítások pontosságát az időben való beérkezések arányával az árát a legalacsonyabb ár és a tényleges ár hányadosával számolunk.

Mintafeladat:

Szempont	Súly
Szállítás	40%
Minőség	35%
Ár	25%

	„A” beszállító	„B” beszállító
Szállítás	18 pontos szállítás/20 szállítás	16 pontos beszállítás/ 20 szállítás
Minőség	19 hibátlan /20 szállítás	18 hibátlan / 20 szállítás
Ár	5 Ft / 6 Ft	5Ft/ 5 Ft
Beszállító értéke	$(18/20)*0,4+(19/20)*0,35+(5/6)*0,25 = 90\%$	$(16/20)*0,4+(18/20)*0,35+1*0,25= 88,5\%$

3. Költségalapú szállítóértékelési módszere

Ezen módszer alapgondolata, hogy a vásárolt termékekhez kapcsolt költségeket a termék teljes árának arányában írja le. A szállítás, a csomagolás, a raktározás és az ár a leggyakrabban figyelembe vett költségek.

Előnyei:

- minden objektív, számszerűsíthető
- legtöbbször kiderül, hogy a magasabb árat a termék beszerzésének más paraméterei ellensúlyozhatják

Hátrányai:

- nagy adatbázist igényel
- hosszadalmas eljárás
- sok információt igényel
- csak a költségeket veszi figyelembe, emberi tényezőket nem veszi figyelembe

9. Külső környezeti ingerek

A külső környezeti ingerek körébe tartozó tényezőket sem a vásárló, sem a vállalkozás nem képes befolyásolni, azokhoz csak alkalmazkodni képes. Ilyen ingerek:

- a gazdasági helyzet (pl. a munkanélküliség, az infláció, az általános árszínvonal). Amikor a gazdaság válságtól szenved, a vásárlók jelentős része kisebb vásárlóerővel rendelkezik, mint korábban, mások inkább megtakarítanak, s nem költik el a jövedelmüket.
- a politikai helyzet (jogállamiság léte, jogszabályok, korlátok, lehetőségek, politikai stabilitás, megbízhatóság). A vásárlókat befolyásolhatja pl. a védjegyek védelme, a vevő reklamációinak intézési módja .
- a technológiai jellemzők (infrastruktúra ellátottság, csatornázottság, víz, villany, közúthálózat, vasúthálózat megléte, illetve hiánya, gépesítettség, telefon vagy Internet csatlakozási lehetőség, stb.), az internetes vásárlások, az e-kereskedelem
- a társadalmi normák és elvárások (hagyományok, értékek, illem, szokások, stb.) A vásárlót befolyásolja vásárlásai során, hogy mit várnak el tőle
- kulturális jellemzők (iskolázottsági szint, idegen nyelvek ismerete, érettségizettek,- diplomások száma, aránya).

10. Disztribúciós hálózat

3 fő típus:

1. **Közvetett (lépcsős) rendszer** : Ebben az esetben az elosztás legalább egy készletezési pont közbeiktatásával valósul meg, pl.: raktár vagy átrakó, azaz olyan pont ahol valami miatt az áru „megáll”, azaz készlet keletkezik.

a, Elosztó (Break bulk) létesítmény: sok forrásból nagy mennyiségű beszállítás történik egy helyre.

b, Konszolidációs raktár: A termelés több földrajzi helyen valósul meg. Ebben az esetben a különböző földrajzi helyen lévő termelőegységek áruit egy központi helyre gyűjtik össze.

2. **Közvetlen (direkt) rendszer**: Ebben az esetben a készletezési pont beiktatása nélkül valósul meg az árueljuttatás.

3. **Rugalmas rendszer**: Ez a megoldás a közvetlen és a közvetett előnyeit egyesíti. Két típusa van. Szükséghelyzeti és rutin rendszer.

a, Szükséghelyzeti: Ebben az esetben a vállalat alapvetően közvetett elosztást alkalmaz, de „szükséghelyzetben” közvetlenül a termelő egységből szállítják ki az árut a vevőnek.

b, Rutin rendszer: Előre jól meghatározott elvek alapján alkalmazzák mind közvetlen, mind a közvetett elosztást egy rendszeren belül.

Az értékesítési csatorna szereplői:

Résztvevőit két nagy csoportra lehet osztani:

1. Azok a szervezetek, amelyek birtokába kerülnek a készletek, pénzügyi kockázatokat felvállalják, **elsődleges csatornatagok**. (termelő, nagy-kiskereskedő)
2. Azok a szervezetek, amelyek birtokába nem kerülnek a készletek, de az elsődleges csatornatagoknak alapvető szolgáltatásokat nyújtanak díj ellenében, **szakosodott (specializált) csatornatagok**. (különböző logisztikai szolgáltatók)

Befolyásoló tényezők:

Hiányosságok kiküszöbölése, amelyek negatívan hatnak 1-1 vállalat versenyképességére vagy a működés hatékonyságára.

Az ellátás (beszerzés) és elosztás területén:

- hosszú szállítási, fuvarozási idők
- nagy szállítási, fuvarozási ráfordítások
- a magas raktározási költségek
- a rugalmatlan szállítmányozási, fuvarozási kapcsolatok stb.

A termelés területén:

- a hosszú átfutási idő
- a rugalmatlanság
- a szükséges információk hiánya vagy pontatlansága

A kapcsolódási helyeken:

- nem összehangolt fuvarozási, szállítási technológiák
- nem összehangolt információs technológiák
- nem kompatibilis számítógépek alkalmazása, használata

A kiszolgálási fok a vevő kiszolgálásának minőségét jelenti, melyet 2 szempontból lehet megítélni:

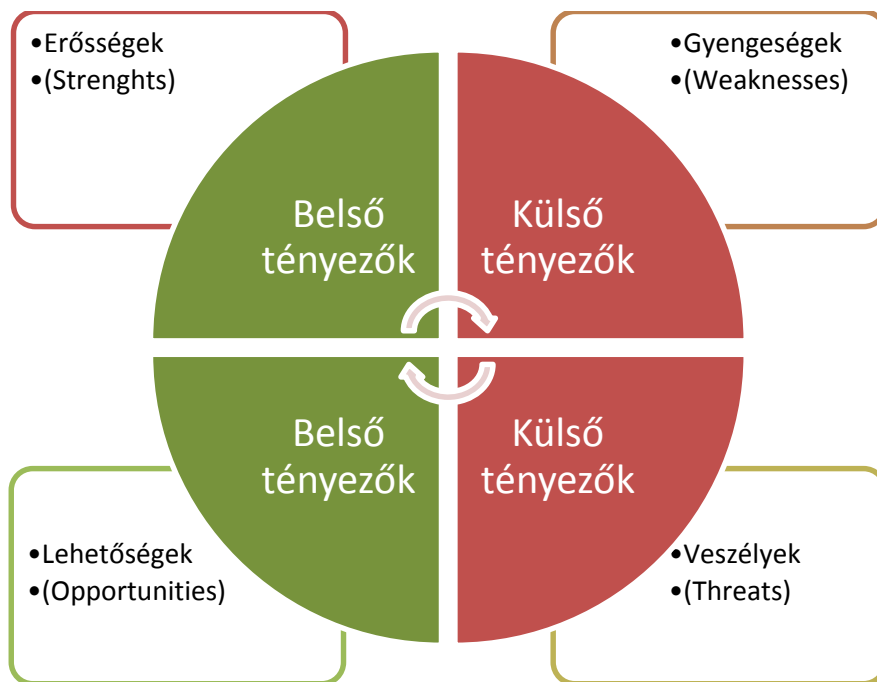
- a vevő elvárásait alapul véve interaktív protokoll
- a versenytársakhoz való viszony és viszonyítás

A vevők körében készített felmérések alapján a kiszolgálási fok elemei a következők:

1. Szállítási idő: **megrendelés->indulás->érkezés->átadás.**
2. Szállító képesség: Az igények kielégítésének minőségi, mennyiségi és időbeli képessége.
3. Szállítási pontosság: jelentősége különösen nagy mert:
 - minimalizálja a kockázatot a megrendelőnél
 - a kockázatok csökkentése mérsékli a költségeket
 - bizalmat ébreszt, melynek következménye a folyamatos megrendelés
 - kompenzálja a szállítási időt
4. Tájékoztatási hajlandóság
5. Rugalmasság
6. Szállítási minőség

11. SWOT analízis

A SWOT analízis során előforduló Erősségek, Gyengeségek, Lehetőségek, Veszélyek területekre húzza oda nyilakkal az alábbi kifejezéseket!



1. Erősség:

- miben jó a cég
- melyik részére lehet építeni a jövőben
- fejlettség
- versenyelőnyök számbavétele

2. Gyengeség:

- problémás, fejlesztendő területek
- versenytársakkal szembeni hátrány
- erősségből is kialakulhat

3. Lehetőségek:

- kiaknázandó külső tényezők
- fejlődés kulcsa
- lehetőségek kihasználása
- környezet naprakész ismerete

4. Veszélyek:

- leküzdendő, veszélyt jelentő tényezők
- új versenytársak megjelenése
- vásárlói igények változása

12.Közlekedési alágazatok

Ön egy gyógyszer-nagykereskedő cég logisztikai osztályán dolgozik, tanácsadási feladatokat lát el.

Egyik reggel az asztalon a kávéja ráborul a „Közlekedési alágazatok összefoglalása” táblázatára. Miután felitatta a kávé, elmosódtak egyes részek a táblázatában. Értelem szerint egészítse ki!

Alágazatok	Részesedése	Előnyök	Hátrányok	Eszközei
Közúti közlekedési alágazat	Részesedése az utóbbi 10-15 évben folyamatosan növekszik	- sűrű úthálózat, - rövid árutovábbítási idő, - szállítható áruk széles köre, - igényekhez való nagymértékű alkalmazkodó képesség, - áruk kismértékű igénybevétele szállítás közben, - rugalmas szerződéskötés és tarifa kialakítás	-nagymértékű függés a környezeti hatásoktól és forgalmi viszonyoktól, - nagy a szállítás energia igénye és a környezet szennyezése, -az egyszerre továbbítható áruk mennyisége korlátozott, -nagy a balesetveszély, -élőmunka igényes, - forgalomkorlátozások és kontingensek nehezítik az árutovábbítást	-tehergépkocsik, melyek lehetnek általános célúak (nyitott rakfelülettel vagy zárt szekrényvel), speciálisak (önürítő, önrakodó, tartálykocsik, hűtőkocsik) -pótkocsik, melyek lehetnek általános célúak (normál rögzített szekrényesek, nyerges félpótkocsik) és speciálisak (billenőszekrényesek, trélerek, utánfutók) -vontatók – trélerek és nyerges pótkocsik vontatására
Vasúti szállítási alágazat	Részesedése 15-17% körül mozog, csökkenő tendenciát mutat	-függetlenség a környezeti hatásoktól, -viszonylag alacsony az energia igénye, -szinte minden áru szállítható vele, -alacsony a környezetkárosító hatása, -jól kalkulálható a tarifarendszere, -kombinált forgalomban is használható	-kötött pálya, -viszonylag ritka hálózatsűrűség, -hosszú az áruk eljutási ideje, -általában igényli a közúti fel- és elfuvarozást, tehát a kétszeri átrakást, -nagy dinamikus hatások érik az árukat, -kevésbé rugalmas alkalmazkodóképesség a fuvaroztatói igények változásaihoz	- vasúti teherkocsik, melyek lehetnek általános célúak – pörék, nyitottak (magas és alacsony oldalfalúak) és fedettek (normál, eltolható oldalfalú, eltolható tetejű, eltolható oldalfalú és tetejű), speciálisak – élőállat szállító, romlandó árut szállító (hűtőkocsik, szellőző rendszerűek), tartálykocsik (gáz-, olajszállítók, stb.), mélyített rakfelületek, önürítő kocsik (gondolatkocsi, tölcserkocsi, nyeregpádlos kocsi, garatkocsi, billenő kocsi), -kombinált szállításra használt kocsik – konténer, illetve csereszekrény szállító, zsebes, lengőhidas, kiskerekű alacsony rakfelületű)
Vízi közlekedési alágazat Ezen belül tengeri szállítás és belvízi hajózás	-részaránya ma 7 – 8% körül van. -ezen belül a tengeri szállítás növekvő teljesítményeket produkál, míg a belvízi hajózás aránya csökken. -az európai gyakorlatban minden belvízi útra más-más szabályozás van érvényben. -általában tömegáruk nagy távolságú szállítására veszik igénybe, ha az áruk eljutásának ideje elég hosszú lehet	legkisebb a fajlagos energia igénye és így a környezet szennyezése is, -viszonylag olcsó, minden áru fajtát továbbítására alkalmas, -rugalmas díjszabása van	- hosszú eljutási idő, - többszöri átrakási és közbülső tárolási igény, -függés az időjárási és vízállási viszonyoktól, -az árut nagy mechanikai és klimatikus megterhelés érheti, ezért költségesebb csomagolást igényelhet	-folyami hajók – vontató és tolohajók, uszályok (általános és speciális célúak), -önjáró áruszállító hajók (szárazáru-, folyékonyáru-szállító, különleges rakodású), -tengeri hajók áruszállító hajók – folyékonyáru-, szárazáru-szállítók, kombinált áruszállítók (nyersolaj és ömlesztett áruk egyidejű szállítására), hűtőhajók, egyéb speciális áruszállítók, -kombinált forgalmat lebonyolító hajók – -konténerszállítók, -komphajók, -Ro-Ro hajók (kamionok szállítására), bárka (uszály) szállító hajók

Vállalkozás-menedzsment gyógyszerészhallgatók számára
Feladatgyűjtemény - TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0002 sz. projekt eredményeként jött létre

				-folyami-tengeri hajók
Légi szállítási alágazat	-a szállított áruk tömegét tekintve részesedése kb. 1%, de az árbevétel tekintve ez eléri a 10%-ot, és növekvő tendenciát mutat -kis mennyiségű, nagy értékű áruk nagy távolságú szállítására célszerű igénybe venni elsősorban sürgős esetben	-rövid az áruk eljutási ideje még nagy távolságra is, -kicsik az árukat érő igénybevételek, ezért olcsó csomagolás elegendő, -csak szélsőséges időjárási viszonyok zavarhatják	-nem minden árutípus szállítható, -repülőtéren fel- és elfuvarozást, többszöri átrakást és esetleg átmeneti tárolást igényel, -nagy a szállítás fajlagos energia igénye, -magasak a fuvardíjak, -környezetvédelmi szempontból a zajhatás vehető figyelembe a repülőterek környékén	-merevszárnyú repülőgépek (utasforgalomból kivont, légi szállítás céljaira átalakított személyszállító gépek; -személy és teherszállításra egyaránt alkalmas repülőgépek, -áruszállításra kifejlesztett repülőgépek és forgószárnyú repülőgépek (helikopterek) különleges szállítási feladatok megoldására (pl. nehezen megközelíthető helyekre), -speciálisan a légi áruszállításra kifejlesztett konténerek
Csővezetékes áruszállítás	Résaránya enyhén növekvő tendenciájú	-megbízhatóság, -a környezeti és időjárási hatásoktól való függetlenség, -kis fajlagos üzemeltetési költség, -minimális a környezetszennyezés veszélye	-a szállítható áruk köre korlátozott, -csak azonos fajtajú áru szállítására alkalmazható, -viszonylag kicsi a szállítási sebesség, tehát hosszú az eljutási idő, -kis alkalmazkodó képesség a szállítási igények változásaihoz, nagy beruházási igény	

13. Készletgazdálkodási alapfogalmak

A készletek fogalma:	olyan anyagi javak, amelyeket egy szervezet (pl. termelő, kereskedő, stb.) azért halmoz fel, hogy a jövőben az igényelt intenzitásoknak megfelelően azokat felhasználja.
Biztonsági készlet:	szükség van rá, mert ingadozhat a termelés alakulása, folyamatossága, változhatnak a vásárlók igényei, ezen hatások készletek tartásával védhetők ki.
Elfekvő (inkurrens) készletek:	már jó ideje hevernek a vállalat raktáraiban, és szinte semmi esély arra, hogy belátható időn belül felhasználják őket,
Cikluskészlet:	két rendelésbeérkezés közti szükséglet
Fluktuációs készlet:	biztonsági vagy tartalékkészlet
Szállítási készlet:	úton lévő készlet
Tartalékalkatrész-készlet:	működő berendezések alkatrészeinek pótlására, javításra stb. szolgál
Alkalmankénti készletellenőrzés:	nem rendszeresen történik a készletek ellenőrzése (jellemzően ilyen a papíralapú nyilvántartás útján történő ellenőrzés), általában az elmúlt időszak hibáit, problémáit hivatott tisztázni, a megrendelés tűzoltómunka lesz
A FIFO módszer:	elnevezése az angol „First In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Elsőnek Be, Elsőnek Ki”. Ennek használata esetén, ha az árak csökkennek, akkor leértékel, ha az árak növekednek, akkor felértékel
A LIFO módszer:	elnevezése az angol „Last In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Utolsónak Be, Elsőnek Ki”. A számítás során azzal a feltevéssel élünk, hogy az utoljára beszerzett anyagokat használjuk fel leghamarabb.
A LOFO módszer:	elnevezése az angol „Lowest In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Legalacsonyabb Be, Elsőnek Ki”. A számítás során azzal a feltevéssel élünk, hogy a legalacsonyabb áron beszerzett anyagokat használjuk fel leghamarabb.

A HIFO módszer:

elnevezése az angol „Highest In First Out” rövidítésből származik, aminek a jelentése „Legmagasabb Be, Elsőnek Ki”. A számítás során azzal a feltevéssel élünk, hogy a legmagasabb áron beszerezett anyagokat használjuk fel leg hamarabb.

14. Életgörbe

Életgörbeciklus

1. szakasz: a piaci bevezetés szakasza:

A termék rendszerint magas újdonságtartalmú, így az esetleges vevők figyelmét a várható előnyökre kell felhívni. A termék újszerű, bizonyítani kell még....

2. szakasz: erőteljes fejlődés szakasza:

A termék jellemzői a bevezetés során szerzett tapasztalatok alapján módosulhatnak. A csomagolás változtatása itt még megtörténhet. Fontos a jogi védettség a versenytársak konkurens termékei miatt.

3. szakasz: a turbulens verseny szakasza:

Piaci részesedés gyors növekedése jellemző. Az eszközök az intenzív reklámkampányok és egyéb marketing eszközök. A termék jellemzői ekkor már nem változnak, a vállalkozás számára a nyereség tömeg optimalizálása kulcsfontosságú.

4. szakasz: az érettség, telítettség szakasza:

A termék ismert, már piacon van. A vásárlók keresik, bizalom jellemzi. Új változatok már nem készülnek. A még nagyobb siker kulcsa a külpiacra lépés lehet.

5. szakasz: a hanyatlás szakasza:

A termék elveszette újdonságértékét, a vásárlások száma visszaesik, a kereslet jövőbeni alakulása bizonytalan. A bevétel csökken esetleg majd a terméket ki is kell vonni a piacról.

15. TOTÓ

- 1) Szabadon elkölthető jövedelemnek nevezzük....
a. a vásárlási állapot
b. gazdaságosságot
c. vagyoni helyzetet
d. jövedelmet
- 2) Philip Kotler alapján a klasszikus társadalmi osztályok esetén a középosztály%-ot tesz ki.
a. 72
b. 12
c. 32
d. 52
- 3) A vásárlók kulturális tényezői közé soroljuk a kultúra, szubkultúra és a meghatározásait.
a. társadalmi osztály
b. vásárlóerő
c. magatartási formák
d. pszichológiai tényezők
- 4) Az inger-válasz-elmélet lényege, hogy egy adott inger egy konkrét vált ki.
a. ajánlatot
b. vásárlást
c. válaszreakciót
d. referenciaárat
- 5) Az ingereket csoportra oszthatjuk.
a. 5
b. 4
c. 3
d. 2
- 6) A körébe tartozó tényezőket sem a vásárló, sem a vállalkozás nem képes befolyásolni, azokhoz csak alkalmazkodni lehet.
a. külső környezeti ingerek
b. vásárláspolitiká
c. marketingmix
d. értékesítés
- 7) A vásárlók jellemzőit nagy területre bonthatjuk.
a. 2
b. 3
c. 4
d. 5

- 8) A rádióreklám általában rövid.
a. **szövege**
b. értéke
c. hatása
d. előnye
- 9) A reklámtervezés alapelveként az rövidítést szokták emlegetni.
a. 4P
b. 7R
c. **5M**
d. 7O
- 10) A marketingkommunikáció hagyományosan területet foglal magába.
a. 2
b. 3
c. **4**
d. 5
- 11) A reklám célja a potenciális befolyásolása.
a. **fogyasztók, felhasználók**
b. árbevétel
c. tevékenységi kör
d. társadalmi cél
- 12) A reklámeszközöket több szempontból is csoportosíthatjuk, például az érzékszervekre való hatásuk alapján :, auditív, audiovizuális és egyéb érzékszervekre ható reklámeszközök.
a. akciós
b. **vizuális**
c. tapintható
d. illattal bíró
- 13) A reklámfilm egy audiovizuális reklámeszköz, mely általában másodperc hosszú.
a. **15-60**
b. 120-240
c. 480-600
d. 60-120

16. TOTÓ

1. A logisztikai alrendszerek egy olyan vállalatban belül, amely még nem ismerte fel a logisztikai tevékenység stratégiai jelentőségét,
helyezkednek el.
 - a. integráltan
 - b. kihelyezve
 - c. **szétszórtan**
 - d. egyáltalán nem is

3. A logisztikai beszerzéseknél a két legfontosabb mozgatórugó: a és a vevői igények magasabb szintű kielégítésének szükségessége.
 - e. **költségérzékenység**
 - f. vállalatirányítás
 - g. szállítólevelek
 - h. késedelem elkerülése

3. A a szakirodalom 3 nagy területre osztja fel : anyagellátás, készletgazdálkodás, fizikai disztribúció.
 - e. szállítmányozást
 - f. **logisztikát**
 - g. beszerzést
 - h. fuvarozást

4. Az úgy tekinthető, mint a kívánatos anyagválaszték elérhetőségének biztosítása a megfelelő helyen és időben.
 - a. beszerzés
 - b. megrendelés
 - c. ajánlatkérés
 - d. **anyagellátás**

5. Amíg azonban a a vállalatban kívüli mozgásokat, addig az anyagellátás a belső vállalati folyamatokat (a gyártást az összeszerelést stb.) is támogatja.
 - a. **disztribúció**
 - b. beszállítás
 - c. raktározás
 - d. rendelésfeladás

6. Fizikai: más néven elosztás, úgy tekinthető, mint a termékek mozgatása a termelőhelyről a vevő felé.
 - b. **disztribúció**
 - b. beszállítás
 - c. raktározás
 - d. rendelésfeladás

7.: az anyagok és termékek üzemben belüli mozgásának leltári nyilvántartása, mely nem csak az anyagok üzemben belüli mozgását követi, hanem a késztermékét is az üzemből a készáru-raktárig.
- készáru-gazdálkodás
 - félkészáru.gazdálkodás
 - készletgazdálkodás**
 - alapanyag-gazdálkodás
8. Aszerint a logisztikának a következő 7 feltételt kell biztosítania :
- 1.) a Megfelelő terméket,
 - 2.) a Megfelelő minőségben és mennyiségben,
 - 3.) a Megfelelő állapotban,
 - 4.) a Megfelelő helyen,
 - 5.) a Megfelelő időben,
 - 6.) a Megfelelő felhasználónak
 - 7.) a Megfelelő költségek mellett kell rendelkezésre bocsátania.
- 5 O-elv
 - 7M-elv**
 - 3 V-elv
 - 4 T-elv
9. VI. (Bölcs) bizánci császár (866-912) a „Háború művészetének összefoglaló magyarázata” c. művében a logisztikáról a következőket írta :...
- Alexander
 - Ferdinánd
 - Hannibál
 - Leó**
10. A során minden 10 amerikai katonából 3 vett részt közvetlenül a harcokban, a többség (70%) logisztikai feladatot látott el.
- I. világháború
 - II. világháború**
 - Hídegháború
 - Észak-Déli háború
11. Az a szokásostól eltérő, forgalomnövelő célzatú kereskedelmi tevékenység.
- akció**
 - kiárúsítás
 - rádióreklám
 - sajtóreklám

12. A , mint vállalati funkciónak az a feladata, hogy a termelés igényeinek megfelelően „készletbe helyezze” a felhasználandó anyagokat, félkész- és késztermékeket, és az ezekhez kapcsolódó információkat.
- a. készletgazdálkodásnak
 - b. disztribúciónak
 - c. **beszerzésnek**
 - d. termelésnek
13. A beszerzés egyébként a vállalat legjelentősebb anyagáramlási folyamatát generálja. Egy átlagos iparvállalat bevételeinek 55-60%-át költi inputanyagokra. Ez a szám pedig vegyipari és élelmiszeripari vállalatok esetén akár a%-ot is elérheti!
- a. 65-70
 - b. 70-75
 - c. 70
 - d. **70-85**

17. Év végi összetett feladatsor

1. Az árut szállítás során az alábbi igénybevételek érhetik:
 - a. mechanikai,
 - b. klimatikus,
 - c. biológiai igénybevételek érhetik
 - a. Mechanikai (ütődés, rázkódás, felbillenés, stb) ellen a csomagolás és a fuvarszköz helyes megválasztása, és a gondos árukezelés, továbbítás védheti meg az árut.
 - b. Klimatikus hatások (hőmérséklet, légnedvesség, légszennyezés, stb.) ellen, valamint a biológiai kártevők (mikroorganizmusok, rágcsálók, rovarok ellen szintén a csomagolás, a higiéniai követelmények betartása és a megfelelő fuvarszköz segítségével védekezhethetünk
2. Az ajánlatkérésben az alábbi adatoknak kell szerepelni:
 - feladója, céges fejléc
 - címzett, pontos címmel, pontos névvel, titulusokkal ellátva
 - levél, ajánlatkérés tárgya
 - megrendelő adatai: név, cég adatai, postai cím, beosztások, részlegek
 - szállítmány adatai: darabszám, megnevezés, egységadat, referenciaszám,
 - csomagolási egység, módozat, feltételek
 - szállítási határidő, módja
 - ár, darabár, esetleges kedvezmények nagyobb darabszámú megrendelés esetén
 - éppen aktuális kedvezmények, akciók
 - szállítás tervezett időpontja
 - dátum
 - cégszerű aláírás
3. A közúti fuvarozás előnyei:
 - a szállítás ideje a többi módozathoz képest a legrövidebb, gyors,
 - háztól-házig továbbít,
 - a környezeti behatásoktól nagy mértékben, biztonságosan védi az árut, így kisebb csomagolási igényt támaszt, költséghatékony
 - közvetlen kapcsolatot biztosít a fuvarozó-feladó között,
 - a fuvardíj már meglévő szállítmányozó cégekkel alku tárgya lehet
 - a mi esetünkben szereplő áruhoz illeszkedő speciális fuvarszközök rendelkezésre állnak
4. Raklapot használatának előnyei:
 - nagy fokban védi az árut a külső mechanikai sérülésektől,
 - géppel gyorsan, könnyen rakodható egységet képez, így csökken rakodás ideje,
 - kevesebb élőmunka szükséges

- a legtöbb fuvarszköz méreteihez illeszkedik, jól pakolható, hisz a mérete: $1200 \times 800 \times 144$ mm

5. A mi esetünkben a ledőlés ellen a szállítmányt pántolás helyett zsugorfóliázással vagy nyújtható fóliás burkolással biztosítanám.

A pántolás hátránya: kis felületen nagyobb feszítőhatást visz át a csomagra, esetleg megroppanhatna, sérülhetne a csomagolás, lehet a tartalom is.

A fóliás burkolás előnye: egyenletesen ható erőként a csomagok teljes felületén eloszlik, és a mi esetünkben megfelelő erővel biztosít ledőlés ellen.

Tartalomjegyzék

I.	Átfogó ütemterv	1
II.	1-17. feladatsorok	
1.	Alap- és értékhozzáadott logisztikai szolgáltatások	3
2.	Marketing történelmi áttekintése	4
3.	Beszerzési folyamat	6
4.	Beszerzési információs rendszer	7
5.	Beszerzés, összefoglaló feladatsor	9
6.	Akciók	14
7.	Centralizált, decentralizált beszerzési formák	16
8.	Szállítóértékelési módok	17
9.	Külső környezeti ingerek	18
10.	Értékesítési csatornák	20
11.	SWOT analízis	22
12.	Közlekedési ágazatok	23
13.	Készletgazdálkodási alapfogalmak	24
14.	Életciklusok	26
15.	TOTÓ	27
16.	Év végi összetett feladatsor	33
III.	Év végi kiselőadási lehetőségek	34
IV.	Megoldások	42
V.	Tartalomjegyzék	68

A feladatgyűjtemény a TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0002 sz. projekt
eredményeként jött létre.