

Kereskedelem és Marketing BA szak
Marketing menedzsment specializáció
Záróvizsga témakörök
(SZOLNOK)

1. A kereskedelmi vállalkozás jellemzői. A kereskedelmi vállalkozások rendszerezése (tevékenység, vállalkozási forma, méret, együttműködési kapcsolatok). Az üzletláncok szerepe a hazai kereskedelemben.
2. Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál. Az üzletláncok áruforgalmának szervezése.
3. A marketing alapfogalmai. A vállalati piaci orientáció típusai. Vevőérték és vevőelégedettség.
4. Differenciálatlan és differenciált marketing. A célpiaci marketing folyamata és szakaszai: piacszegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás.
5. A vásárlói magatartás modellje. A vásárlói magatartást befolyásoló tényezők. A vásárlási döntés folyamata. A vásárlói döntések típusai.
6. A marketingkutatás fogalma, típusai és folyamata. A kutatási terv elemei. Szekunder és primer információk. Mintavételi eljárások. Kvantitatív és kvalitatív piackutatási módszerek.
7. A kereskedelmi márka szerepe az üzletláncok gyakorlatában, a kereskedelmi márka fogyasztói megítélése. Új termék piaci bevezetésének feladatai. Kategóriamenedzsment
8. A termékéletrajz fogalma és típusai. Marketingstratégiák a termékéletrajz egyes szakaszaiban.
9. A termék három és öt szintje. A márkázás stratégiái. A márkaépítés új evolúciós szakaszai. A csomagolás szerepe a marketingben.
10. Az árpolitika stratégiai területei, az árstratégiák bemutatása. Az ármegállapítás lépései, áradaptáció.
11. A marketingcsatorna funkciói, csatornatípusok, a közvetítők típusai és a kereskedelmi funkciók.
12. A marketingkommunikációs mix elemei. A kommunikációs terv készítésének lépései. A médiatípusok jellemzése. Reklámtorta. Reklámkampány tervezése, költségvetés készítése. Az 5M modell alkalmazása.
13. A marketingtervezés folyamata, lépései. A marketingstratégia meghatározása, tartalma, szintjei és azok jellemzése, a stratégia megközelítései, a stratégiai menedzsment folyamata. STEEP-elemzés, SWOT-elemzés, BCG mátrix, Ansoff mátrix.
14. A személyes eladás szerepe és jelentősége, folyamata és sajátosságai a kereskedelemben. A vásárlásösztönzés kiemelt eszközei a kiskereskedelemben.
15. Az online marketing sajátosságai és eszközei.

Dr. Soós Mihály
szakvezető