

**Kereskedelem és Marketing BA szak**  
**Sales menedzsment specializáció**  
**Záróvizsga tételek**  
**(SZOLNOK)**

1. A JIT-elvű beszállítás. A hagyományos és a JIT-elvű beszállítás. A JIT-elvű beszállítás előnyei.
2. Ismertesse az elosztási logisztika folyamatát és stratégiai elemeit.
3. A virtuális logisztikai vállalat elemei. A virtuális logisztikai vállalat előnyei a beszerzési illetve az elosztási logisztika területén.
4. A beszerzési logisztika folyamata és stratégiai elemei. A beszerzési logisztikai folyamat tervezésének lépései.
5. Sales prezentációk előkészítésének folyamata és lépései. A cél meghatározása és az üzenetének a megfogalmazása. A közönséganalízis módszerei. A sales prezentáció tartalma, felépítése, érvek, ráció és érzelmek.
6. Sales prezentáció eszközrendszere. Számok, a számok üzenete és megjelenítése a diákon, történetmesélés, gyakorlás és próba, a lámpaláz leküzdése, a hatásos diák és egyéb segédeszközök. Elevator pitch.
7. A személyes eladás helye a többutas értékesítési rendszerben. Az értékesítési rendszer és a többcsatornás (hibrid) értékesítési rendszer különbségei. Konfliktuskezelés a hibrid rendszerekben. Az új értékesítési utak bevezetésének menedzselése.
8. Az eladási folyamat lépései. Az ügyfelek azonosítása és minősítése. Előkészület, felkészülés. Nyitás. Igényfeltárás és – keltés (lényeges igények feltárása, igények keltése). Árubemutató. Ajánlattétel és indoklás. Kifogáskezelés. Vételi jel. Zárás. Vevőgondozás. Összefoglalás és ellenőrző lista.
9. Az eladási előrejelzés, terület-meghatározás és kvóta-megállapítás sajátosságai. Eladási előrejelzés (előrejelzései módszerek). Területek meghatározása (a területek kialakításának fontossága, az eladószemélyzet nagyságának meghatározása, a terület tervezése, területek átszervezése). Eladási kvóták - a kvóta céljai és a kvótaterv jellemzői, kvótamegállapítási folyamat.
10. Személyes eladás egyes területei: A kiskereskedelmi értékesítés. Telefonos értékesítés. Interneten keresztül történő értékesítés. Nemzetközi környezetben történő eladás. A közvetlen értékesítés.
11. A szervezetek értékesítési rendszere, az értékesítési csatorna funkciói, áramlásai, szereplői. A különböző értékesítési csatorna típusok bemutatása, azok jellemzői. Az értékesítési út tervezése, döntés az értékesítés vertikálisáról, szelektivitásáról. A nagy- és kiskereskedelem funkció, feladatai, trendek az értékesítési csatorna változásában. A franchise összefüggései az értékesítési csatornával.
12. A toborzás és kiválasztás folyamatának kérdései. Személyes tulajdonságok és alkalmasság: az üzletkötők kiválasztásának kritériumai. A sikeres üzletkötő jellemzői. Az eladószemélyzet toborzásának és kiválasztásának folyamata. Kiválasztási technikák (személyes interjúk, tesztelés, életrajzi adatok, értékelő központok és szimulációk, ajánlólevél, referenciák ellenőrzése, grafológia, vércsoport, fizikai megjelenés, versenytárs vállalatok üzletkötőinek alkalmazása). Javaslatok az üzletkötők kiválasztásához
13. A tárgyalóképeségre közvetve és közvetlenül ható tényezők. Tárgyalási módok, azok jellemzői, előnyei és hátrányai. Az üzleti tárgyalás szakaszai, az egyes szakaszok céljai. Kérdés a különböző tárgyalási szakaszokban.

14. A meggyőző kommunikáció jellemzői, tudnivaló, a meggyőzés fontossága, az egyoldalú és kétoldalú meggyőzés közötti különbségek. A vita típusai, az egyes típusok során alkalmazott módszerek és eszközök, az egyes vitatípusok céljai.
15. A tárgyalásokon alkalmazható ülésrendek, a különböző ülésrendek előnyei és hátrányai a tárgyalások során. Az emblémák, a csendes kommunikáció, a szimbolikus jelek jelentősége a tárgyalás folyamatában, az egyes eszközök hatása a tárgyalás eredményességére. Pinkspot.

Dr. Soós Mihály  
szakvezető