

Kereskedelem és Marketing Felsőoktatási Szakképzés

Kereskedelmi szakirány

Szolnok

Záróvizsga témakörök

1. A marketing alapfogalmai. A modern marketing folyamata. A vállalati piaci orientáció típusai. Vevőérték és vevőelégedettség.
2. Differenciált és differenciálatlan marketing. A célpiaci marketing folyamata és szakaszai: piacszegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás.
3. A marketingkutató fogalma, folyamata, módszerei és típusai. A kutatási terv elemei.
4. Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál.
5. A logisztika főbb területei, a vevőkiszolgálás szerepe a kereskedelmi vállalkozások esetében. A rendszerszemlélet, az összköltségszemlélet és a keresztmetszeti funkció.
6. Kiskereskedelmi vállalkozás termékmixének nagyságát befolyásoló tényezők. Termékválaszték szélesség és mélysége.
7. Kereskedelmi szolgáltatások. A kereskedelmi márka szerepe az üzletláncok gyakorlatában. Kategóriamenedzsment.
8. Az ármegállapítás, árazás, az árak megjelenítésének formái. Árengedmény mértéke és hatása a vállalati gazdálkodásra. Árengedményes akciók
9. A költséggazdálkodás szerepe a kereskedelmi vállalkozások tevékenységében. A költségek nagyságát meghatározó tényezők. A költségek csoportosítása.
10. A költségek elemzése és tervezése. Kiemelt költségek a nagykereskedelemben és a kiskereskedelemben. A létszám és bérköltség elemzése és tervezése.
11. Az eredmény kialakulása a kereskedelmi vállalkozásoknál, az eredményre ható tényezők. Az eredmény elemzése és tervezése.
12. A hasznosság értelmezése, kategóriái. Az áruk hasznossága, rendszerezése, árucsoportok képzése. A termékmenedzselés folyamata. Termékmenedzselés az üzletláncok gyakorlatában.
13. Személyes eladás alapelvei. Az eladószemélyzet tervezése. A személyes eladás helye az értékesítési rendszerben. Többcsatornás értékesítési rendszerek. A személyes eladás folyamata és területei.
14. Online értékesítés szerepe a kereskedelem átalakulásában. Hazai és nemzetközi beszerzési források felkutatása és azok sajátosságai az e-kereskedelemben. Webáruházak létrehozásának teendői.
15. Szolgáltatások hazai és nemzetközi kereskedelme. A szolgáltatás, mint különleges áru sajátosságai és marketing-mix specifikumai. Szolgáltatásmarketing néhány speciális gyakorlati alkalmazási területének sajátosságai.

Dr. Soós Mihály
szakvezető