

**ZÁRÓVIZSGA TÉMAKÖRÖK**  
**KERESKEDELEM ÉS MARKETING FELSŐOKTATÁSI SZAKKÉPZÉS**

2016/2017. tanévtől kezdett hallgatóknak

**MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ**  
**szakirány**

1. A pénzügyi rendszer felépítése, működési mechanizmusa. A fiskális és monetáris politika eszközrendszere és működése. A bankrendszer felépítése, pénzügyi szolgáltatások: betétgyűjtés, hitelnyújtás, faktorálás, váltóműveletek, fizetési műveletek.
2. Vállalkozásfinanszírozási ismeretek. Finanszírozási források a vállalkozások működésében, saját és idegen források költségei, finanszírozási stratégiák jellemzése.
3. A számvitel jogi szabályozása, a számviteli törvény célja, hatálya. A számviteli politika (fogalma, tartalma, kötelező szabályzatok elkészítésének és módosításának határideje, felelőse, lehetséges megoldásai). Beszámolási kötelezettség és könyvvezetés. Az éves beszámoló részei. A mérleg és az eredménykimutatás fogalma, célja, tartalma.
4. A kommunikáció folyamata, az elkerülendő kommunikációs csapdák az adó, a csatorna és a fogadó esetében. A nonverbális kommunikáció funkciói, a nem szóbeli csatornák üzleti kommunikációs fontossága a tudatos vezérlés, a helyzet- illetve a kultúrafüggőség tekintetében. A sikeres üzleti tárgyalás három alapvető pillérét, a tárgyalás fázisai.
5. Az emberi erőforrás stratégia fogalma, tartalma, kapcsolódása az üzleti stratégiához. Az emberi erőforrás tervezés időhorizontjai és a tervezés folyamata. A munkaerő áramlás fogalma, célja, a munkaerőhiány és munkaerőtöbblet kezelése. A toborzás és a kiválasztás folyamata, azok módszereit.
6. A gazdasági társaság fogalma, formái, alapításának menete. A cégbírósági bejegyzés előtti időszak legjellemzőbb előírásai és a bejegyzést követő szakasz. A cég megszűnés lehetséges esetei, beleértve a fizetésképtelenségi eljárásokat is.
7. IKT fogalma. A modern számítógépek kialakulása. Számítógép generációk. A hardver fogalma. A számítógép vázlatos felépítése. Az alapkonzfiguráció és legfontosabb részei (alaplap, CPU, memóriamodulok, vezérlőkártyák, háttértárak, perifériák). Perifériák csoportosítása (input perifériák, output perifériák, input-output perifériák). A szoftver fogalma. Szoftverek csoportosítása. Operációs rendszerek. Felhasználói programok. Számítógép hálózatok. Az Internet jellemzői. Azonosítás az interneten. Szolgáltatások az Interneten.
8. Költség- és jövedelemkategóriák A költségfedezeti diagram. Az üzleti vállalkozás alapvető céljait és érintettjeit. Jogi formák választása, szempontok a vállalat alapításakor. A vállalati stratégia tartalma: stratégiai szintek, a stratégiai megközelítés típusai, a stratégiai menedzsment folyamata.
9. A marketing fogalmi rendszere, kialakulása, fejlődése, a piacorientáció szakaszai, a marketing-mix, a marketing eszközrendszere (4P, 4C, 7P). A marketingmenedzsment folyamata. A marketingstratégia és a cselekvési program tartalma, elemei.

10. A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők (pszichológiai, egyéni tényezők, szűkebb, ill. tágabb környezet befolyásoló tényezői). A vásárlási magatartás modellje. A vásárlás folyamata, alapkérdései, fajtái. A vásárlói típusok jellemzői. Az érintettség, az üzletválasztás szerepe.
11. A piackutató vizsgálat tervezése, a kutatási terv tartalma, a kutatás lebonyolítása, az eredmények feldolgozása, értékelése, a kutatási jelentés, a prezentáció tartalma. Az információk gyűjtése, kezelése, feldolgozása. A szekunder és primer – kvalitatív és kvantitatív – kutatási eljárások ismérvei, formái. A kérdőíves megkérdezés jellemzői, a kérdőívszerkesztés szabályai.
12. Termékpozicionálás, észlelési térképek, termékek, termékcsaládok gazdasági - piaci elemzése. Teljesítménygörbék, BCG mátrix, GE portfólió mátrix. Az új termék tervezése, a fejlesztés, a piaci bevezetés szakaszai és a szakaszok jellemzése.
13. Az árrugalmasság és az árérzékenység. Az árképzés módjának kiválasztása, az árszínvonal meghatározása, új termék bevezetésének lehetséges árstratégiái.
14. A szolgáltatások fogalomköre, csoportosítása, a szolgáltató szektor fejlődése, a szolgáltatások jellemzői, a HIPI elv. A szolgáltatások marketing-mix elemei. A szolgáltatás, mint különleges áru, a szolgáltatás árképzése, értékesítése, a szolgáltatások piacbefolyásolási eszközei, az emberi tényező, a tárgyi tényezők, a folyamat szervezése. A marketingkutatási eljárások a szolgáltató-szektorban.
15. Az értékesítés szervezése: az értékesítési út hossza, szélessége, szereplői. A franchise rendszer jellemzői. Az online értékesítés jellemzői.
16. A marketingkommunikáció jellemzői, jellege, formái, eszközei, célja, hatásmechanizmusa (AIDA modell). A promóciós mix elemei. Az integrált marketingkommunikáció. A reklámtervezés lépései (5M) a reklámcélok, a reklámkampány költségvetése, a reklámüzenet tartalma, szerkezete, forrása (USP), típusai, hangneme, stílusa. A reklám eszközök csoportosítása.
17. A BTL eszközök formái, jellemzői. Az eladásösztönzés és az eladáshelyi ösztönzés (POS), a direkt marketing, az on-line marketing, a gerillamarketing. A személyes eladás formái, szereplői, folyamata, jelentősége. A kiállítások és vásárok fogalma, funkciói, a tervezés és megvalósítás sajátosságai.
18. A PR fogalma, célja, a PR tevékenység célcsoportja, irányultsága, a külső és belső PR, a PR eszközök formái, jellemzői. PR tervezés formái, a PR stratégiai, taktikai és kampányterv, az arculattervezés. A kríziskommunikáció sajátosságai.
19. A bormarketing specifikumai. Termelési és fogyasztási trendek a világban, a borfogyasztás hazai jellemzői. Borpiaci szegmentáció. A bor, mint speciális élelmiszertermék, árképzés, értékesítési lehetőségek, alkalmazható kommunikációs eszközök.
20. Weblapszerkesztés. Tervezés, ergonómiai elvek. A HTML nyelv struktúrája, kapcsolata a böngészőkkel, szerkesztőprogramok, dokumentumtípusok, validálás, stíluslapok használata. HTML nyelv jellemzőinek áttekintése. Szövegformázási lehetőségek, táblázatok, listák, hivatkozások, űrlapok, képek, kliens oldali térképek, objektumok beágyazása.