

ZÁRÓVIZSGA TÉMAKÖRÖK
Kereskedelem és marketing BA szak
„A”

1. A tökéletes verseny és a monopólium összehasonlítása a szereplők száma, a termék jellege és a verseny jellege alapján. Az ICC (jövedelem-fogyasztás), az Engel, valamint a PCC (ár-fogyasztás) görbe.
2. Az infláció okai, következményei, káros hatásai. Az infláció leszorításának eszközei és problémái.
3. A munkanélküliség okai, gazdasági költségei, csökkentésének eszközei.
4. A fontosabb pénzügyi szolgáltatások: fizetési forgalom bonyolításának formái, a bankszámla típusok, váltó, lízing.
5. A vállalkozások likviditásának fogalma, értelmezése. Intézkedések és költségek a likviditás hiánya és túlzottan jó likviditás esetén.
6. Szervezeti kultúra, konfliktuskezelés. Szocializáció, a viselkedés struktúrája, empátia, konformizmus, ítéletalkotási hibák.
7. A vállalati stratégia tartalma, szintjei és azok jellemzése, a stratégia megközelítései, a stratégiai menedzsment folyamata.
8. A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők (pszichológiai, egyéni tényezők, szűkebb, ill. tágabb környezet befolyásoló tényezői). A vásárlási magatartás modellje.
9. A vevőkapcsolatok az üzleti marketingben, a menedzsment feladatai, a vevőkapcsolatok típusai.
10. A primer kutatási eljárások jellemzői, formái. A kvalitatív piackutatási módszerek. A megfigyeléses vizsgálatok, a kísérletek típusai. A mélyinterjú formái, tervezése, lebonyolítása, az eredmények értékelése.
11. Kvantitatív piackutatási eljárások, a standard interjú jellemzői, formái. A kérdőívszerkesztés szabályai, kérdéstípusok a kérdőívben.
12. A termékpolitika szerepe és összetevői az értékteremtésben, észlelt érték, minőség, formatervezés, márkaérték, márkapolitikai döntések.
13. A szolgáltatás, mint különleges áru. A szolgáltatás árképzése, értékesítése, a szolgáltatások piacbefolyásolási eszközei.
14. A 3P, a szolgáltatás marketingmix specifikuma: az emberi tényező, a tárgyi tényezők, a folyamat szervezése.
15. Az ellátási - elosztási rendszerek általános jellemzői, kapcsolatai, főbb modelljei. Az ellátási és elosztási logisztika feladatai.
16. A piacbefolyásolás jellemzői és eszközrendszere a kereskedelmi vállalkozásoknál.
17. A reklámtervezés lépései, a reklámcélok, a reklámkampány költségvetésének kialakítása, a reklámüzenet alkotás módszerei, üzenet típusok, az üzenet hangneme, stílusa, formája, szókinccse, appeal formák.
18. A stratégiai tervezés folyamata. A marketing terv felépítése, a marketingstratégia és cselekvési program tartalma, elemei.
19. Globális marketing, a marketing eszközrendszer jellemzői a nemzetközi marketingben
20. A névtelen üzleti piac jellemzői, az információnyerés és a pozicionálás folyamata és a termékpolitikai tevékenységek!

Kereskedelmi menedzser specializáció „B”

1. A fogyasztóvédelem fejlődése, jellemzői az Egyesült Államokban, Európában, Magyarországon, különös tekintettel az EU törekvéseire.
2. Az állami, önkormányzati fogyasztóvédelem szabályozása és gyakorlata hazánkban.
3. A beszerzés jelentősége, lehetőségei, folyamata és résztvevői az üzleti marketingben.
4. Az árképzés módjának kiválasztása, az árszínvonal meghatározása, új termék bevezetésének lehetséges árstratégiái.
5. Hagyományos elosztási rendszerek. Az értékesítési és az elosztási csatornák kapcsolata, az elosztási rendszerek (csatornák) összetevői, az elosztó központok.
6. Az integrált elosztási rendszerek. Az ellátási lánc, szervezett termékpálya koncepció. Integrált készletezési, raktározási-szállítási rendszerek kialakítása és működtetése.
7. A közúti és a vasúti áruszállítás, áru fuvarozás jellemzői, előnyei, hátrányai, jogi szabályozása.
8. Az EU közlekedéspolitikája, ezen belül Magyarország közlekedéspolitikai célkitűzései.
9. A bolti munkafolyamat szervezési megoldásai: beszerzést befolyásoló tényezők, áruátvétel folyamata, értékesítésre történő előkészítés. A bolti munkafolyamat főbb szakaszai: értékesítés tervezése és szervezése. Az áruk eladótérben történő elhelyezésének szempontjai.
10. Munkahelyi és vásárlási környezet kialakításának ergonómiai és antropometriai szempontjai. A bolti munka irányításának feladatai, eszközei és azokat befolyásoló tényezők. A bolti munka elemzése.
11. A kiskereskedelmi tevékenység formái, módjai. A kiskereskedelmi hálózat telepítésének szempontjai, a hálózat egységeinek típusai és jellemzői.
12. Választékpolitika és árpolitika a kereskedelmi vállalkozásoknál.
13. Kereskedelmi vállalkozások áruforgalmazási feladatai, a kereskedelmi logisztika jellemzői
14. A személyes eladás fogalma, az értékesítés, üzletkötés folyamata, az értékesítési képviselő és feladatának meghatározása. Az értékesítési képviselők képzésének módja, motivációs eszközök alkalmazása. A vásárlásösztönzés eszközei, az eladásösztönző program előkészítése, végrehajtása és ellenőrzése.
15. A vállalatok külpiaci megjelenésének indítékai, motivációi, a formái, a célpiac, illetve célország kiválasztása.
16. A nemzetközi kereskedelem elméletei és a kereskedelempolitika eszközei. Külgazdasági egyensúly és árfolyampolitika.
17. A nemzetközi piac közgazdasági jellemzői, a külpiaci vállalkozások kockázatai és azok kezelése.
18. Az üzleti terv készítésének sajátosságai, jellemzői, felépítése, tartalmi jegyei. Az üzleti terven belül az ún. szervezeti-, működési-, és a marketing tervfejezet sajátosságai.