

# KOMPLEX GAZDASÁGI ZÁRÓVIZSGA TÉTELSOR

## Kereskedelem- és marketing BA alapszak

### 1. Új termék marketingmenedzsmentje

(Új termék piaci bevezetésének lépései, a termékfejlesztési folyamat, az innováció elfogadása, eltérő árstratégiák az új termék piacán.)

### 2. Nemzetközi marketingkutató

(Mutassa be a nemzetközi marketingkutató lépéseit, technikáit a piacválasztás négy alapstratégiáján keresztül a piacra lépésig!)

### 3. Versenystratégiák

(A verseny szerepe a vállalatok marketingtevékenységében. Versenykonceptiók, a versenykörnyezet elemzésének módszerei, versenytényezők. Versenystratégiák jellemzői.)

### 4. Marketingtervezés

(Stratégiai marketing tervezés szintjei, a stratégiai tervezés folyamata. Külső, belső környezetelemzés, portfólió-elemzés módszerei, kritikája. A marketingterv jellemzői, tartalma.)

### 5. Külpiacra lépés

(Ismertesse a külpiaci megjelenés folyamatát, az egyes kilépési formák előnyeit és hátrányait, valamint a célországválasztás szempontrendszerét!)

### 6. A szolgáltatások sajátosságai és menedzselése

(Szolgáltatás-jellegzetességek, tárgyasítás, frontvonal és back-office. Érkezési/kiszolgálási ütem és a szolgáltatás folyamatmenedzsmentje. Az emberi tényező jelentősége és menedzselése a szolgáltatásoknál. Újabb szolgáltatás megközelítések (pl. SDL))

### 7. Vállalati pénzügyek

(A pénzügyi döntések célja, fajtái, a pénzügyi szerkezet, az üzletfinanszírozás formái és stratégiája. A vállalat pénzügyi mutatói, likviditási mutatók, a rentabilitás mutatói, az eladósodás mutatói, forgótőke menedzsment.)

### 8. Árképzés a szegmentált piacokon

(A listaár-típusai. A piaci árakra ható tényezők (referenciaár, rugalmasságok, kedvezmények, tapasztalati görbe stb.)

### 9. Értékesítési és logisztikai rendszer

(A termékáramlás útja, az értékesítési rendszerek, az értékesítés funkciói és szereplői, koordináció az értékesítési rendszerben, pull és push stratégia, direkt értékesítés és formái, logisztika szerepe és feladatai, logisztikai filozófiák.)

### 10. Beszerzési logisztika

(beszerzési logisztika jelentősége, stratégiai és operatív feladatai, beszállítók értékelésének kritériumai és módszerei, beszerzési helye a vállalati szervezetben.)

### 11. Készletgazdálkodás

(Készletezési politika, a készlet szerepe, funkciója, csoportosítása, a készletek nagysága, szabályozása, ABC-analízis, determinisztikus és sztochasztikus készletgazdálkodási modellek, JIT, Kanban rendszer, anyagszükséglet tervezése-MRP.)

### 12. Marketingkutató

(MIR szerepe, kiépítése. Primer és szekunder kutató. A marketingkutató fajtái és módszerei. A marketingkutató folyamata. Kutatósi terv, mintavételi terv, mintavételi eljárások.)

### **13. Vállalati termékpolitika**

(Terméksortiment alakítása, márkázás, termék-életciklus és életgörbe, termékmenedzser, termék-kannibalizmus termékfejlesztési folyamat, fedezetszámítás, piactesztelés, teaser-kampány.)

### **14. Márkamenedzsment**

(Márkatípusok, márkalojalitási minták, márka-személyiség, márkaérték, vásárlási minta, márkakiterjesztés, Markov-elemzés, átváltási (átmenet) mátrix)

### **15. Marketingkommunikáció és a reklám fő formái**

(A marketingkommunikáció folyamata, racionális és emocionális reklám. A fő reklámformák (hirdetés, eladásösztönzés, PR, online reklám, direktmarketing, személyes eladás) és jellegzetességeik. Elsődleges média-mutatók. Reklámtesztek, reklámkerülés. Az integrált média kampány.)

### **16. Raktározás, anyagmozgatás, áruszállítás**

(Az anyagmozgató és tároló rendszerek jellemzői. Raktári technológiák és eszközök. A kommissiózási folyamat, anyagmozgató gépek és jellemzőik. Csomagolás, egységtrakományképzés. Az áruszállítási rendszerek feladatai. Közlekedési munkamegosztás az áruszállításban.)

### **17. Médiagazdaságtan**

(Médiapiac szereplői, szerkezete, működése. Médiamodellek. Tendenciák a médiapiacon. A médiatermék fogyasztása. Szabályozás a médiapiacon. A digitális forradalom hatása az egyes médiumok piaci erőterére és működésére.)

### **18. E-kereskedelem**

(Az e-kereskedelem formái, fizetési módok. Webáruházak, webshopok. Az e-kereskedelem technikai és szervezeti tényezői. Vásárló-orientált működési tényezők. Az elektronikus kereskedelem jogi vonatkozásai. Online és offline kereskedelmi módszerek összehasonlítása)

### **19. Egyén és csoport a szervezetekben**

(Egyéni karakterisztikák, észlelés, kognitív disszonancia, csoport fogalom, a csoport dinamika, csoportszerepek, ideális csoport. Klasszikus leadership-felfogások, a vezető hatalmi bázisának alapjai.)

### **20. Szervezeti kultúra és változásmenedzsment**

(Szervezeti kultúra, annak szintjei, csoportosítása nemzeti kultúrák csoportosítása, kultúra hatása a szervezetre. Változásvezetési stratégiák és taktikák, változás egyéni és szervezeti fogadtatása, konfliktusok értékelése és kezelése)