
Képzés: *Kereskedelem és marketing alapképzési szak (BSc)*
Tételsor: *Komplex gazdasági*

1. Márkamenedzsment: Márka fogalma, típusai, funkciói. Márkastratégiák (márkakiterjesztés, márkacsaládok kialakítása, multimárka stratégia), márkaérték elemei, márkaépítés folyamata, márkamodellek. Márkaimázs elemei. Védjegy fogalma, szerepe.
2. Integrált marketingkommunikáció: Integrált marketingkommunikáció lényege, tervezésének lépései. A médiumválasztás szempontjai, média-mix optimalizáció. ATL, BTL, OTL/TTL fogalma, eszközei, az egyes médiumok hatékonyságmérésének módszerei.
3. Online marketingkommunikáció: Online marketingkommunikáció jelentősége, szerepe. Online fogyasztói csoportok jellemzői, az online marketingkommunikáció árképzésének specifikumai. Honlap felépítése, landing page tervezése, hatékonyság mérés mérőszámai (double opt-in, konverzió, AB teszt vagy split run eljárás), keresőmarketing, keresőoptimalizálás.
4. 4. Rendezvényszervezés és szponzoráció: Rendezvények célja, tematikája, eseménymarketing, élménymarketing; kiállítások, vásárok célja, fajtái, szervezésének folyamata. Hatékonyság mérés, follow-up tevékenység a rendezvények, események esetén. Szponzoráció, mecenatúra, támogatás fogalmi lehatárolása, jellemzői, hatékonyság mérése.
5. Marketingkutatás: Primer és szekunder adatok előnyei, hátrányai, típusai. Primer kutatás eljárásai. Kvalitatív kutatás módszerei, segédeszköze. Kvantitatív kutatás módszerei, segédeszköze.
6. Fogyasztói magatartás, fogyasztói piac: A fogyasztói piac fogalma, a fogyasztót befolyásoló tényezők (kulturális, társadalmi, személyes és pszichológiai). A vásárlási döntés lépései, és típusai.
7. Stratégiai tervezés: Stratégiai tervezés szintjei és feladatai, a stratégiai tervezés folyamata. Külső makro- és mikrokörnyezeti és belső marketingkörnyezet elemzés módszerei (STEEPLE, SWOT). Portfólióelemzés lényege, eszközei, alkalmazhatóságuk korlátai.
8. Verseny és verseny stratégiák: A verseny szerepe a vállalati marketingstratégia kialakításában. A versenykörnyezet elemei (Porter öt tényező modell), a versenytársak beazonosításának módszerei. A vállalatok piaci pozíciójához köthető versenystratégiák. Piacvezető, piackövető stratégiák, piaci belépési és kilépési korlátok és a versenyképesség összefüggései.

9. Célpiaci marketing, vállalati növekedési stratégiák: A marketing stratégiaalkotás lényege, lépései. A szegmentálás lényege. A célpiac meghatározás lehetőségei, a pozicionálás folyamata. A vállalati növekedési stratégiák jellemzői, az intenzív növekedés lehetőségei (Ansoff mátrix). Porter-féle alapstratégiák sajátosságai.
10. Termékpolitika: A termékpolitika területei, a termékfejlesztés lépései, a termékéletgörbe fogalma, típusai. Eltérő stratégiák az egyes termékélet-görbe szakaszokban. A termékválaszték kialakításának szempontjai, módszerei.
11. Árpolitika, árképzés: Az árképzés céljai, folyamata, a listaár-képzés módszerei. A végső ár kialakítását (csomagár, termékcsalád árazás, ár rugalmasság, pszichológiai hatások) befolyásoló tényezők bemutatása. A tapasztalati függvény hatása az árképzés folyamatára
12. Külkereskedelmi ügyletek: A külkereskedelmi ügylet fogalma, típusai. Az ügylet előkészítésének feladatai. Az ajánlat fogalma, formái és az ajánlattétel menete.
13. Külkereskedelmi szerződés, INCOTERMS: A külkereskedelmi szerződés fogalma és lényeges típusai. Az eladó és a vevő kötelezettségei. Az eredet és a származás közötti különbség. Az INCOTERMS főbb szabályozási területei, alkalmazása.
14. Ügyletkötés sikeressége, kockázati tényezők: A teljesítés főbb ismérvei és az ügyletkötés sikeresség. Az ügyletkötésben rejlő alapvető kockázatok. A kompenzáció lehetőségei.
15. Ügyletek formái, a közvetítők feladata: Az ügyletkötés sajátosságai, az ügyletek különleges formái. A külkereskedelmi közvetítők (ügyletkötő) feladatai.
16. Pénzügyek a külkereskedelemben: A külkereskedelmi ügylet teljesítésének pénzügyi vetületei. A fizetési módok és a teljesítés alapvető pénzügyi eszközei.
17. Áruforgalmazás, beszerzés: Készlet fogalma, kereskedelmi logisztika, stratégiai és operatív beszerzés, optimális beszerzési tétel nagyság, engedmény típusok.
18. Készletgazdálkodás: Készletgazdálkodás tartalma, operatív készletgazdálkodás, ABC analízis, készletezési mechanizmusok, készletforgás.
19. Áruforgalmazás, értékesítés: Áruforgalmazási terv, bolti munkaszervezés, értékesítés elemzés és mutatói.
20. Emberi erőforrás gazdálkodás: Létszámterv, toborzás-kiválasztás, kiválasztás speciális szempontjai, munkaidő rendszerek, munkakörelemzés, ösztönzés.