**Debreceni Egyetem**

**Gazdaságtudományi Kar**

**Kereskedelem és Marketing BA szak**

**Záróvizsga tételek**

***A tételek***

1. A kereskedelmi vállalkozás jellemzői. A kereskedelmi vállalkozások rendszerezése (tevékenység, vállalkozási forma, méret, együttműködési kapcsolatok). Az üzletláncok szerepe a hazai kereskedelemben.
2. Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál. Az üzletláncok áruforgalmának szervezése.[[1]](#footnote-1)
3. Vállalatgazdaságtani alapismeretek, mutatószámok és fogalmak (a vállalat és a vállalkozás fogalma, csoportosításuk, a flow folyamatok: termelési érték, termelési költség, jövedelem, önköltség).
4. Az üzleti tervek csoportosítása, felépítése, főbb tartalmi elemei és módszertani kérdései.[[2]](#footnote-2)
5. Az Európai Unió fejlődésének főbb szakaszai (1958-2014) és az Európai Unió intézményrendszere.
6. Vezetési feladatok és a vezetői szerepek meghatározása és jelentősége a szervezetek irányításában.
7. A kommunikáció modellje és a kommunikáció zavaró tényezői a szervezetek életében.
8. A szervezeti magatartás jelentősége napjainkban (egyéni jellemzők: képességek, személyiség, észlelés, motiváció; csoportok jelentősége; szervezeti kultúra).[[3]](#footnote-3)
9. Szokások, szokványok a nemzetközi kereskedelemben.
10. A marketing alapfogalmai. A modern marketing folyamata.
11. A vállalati piacorientáció típusai. A marketingorientáció. A vevőérték és a vevőelégedettség szerepe a marketingben.
12. A célpiaci marketing folyamata és szakaszai: piacszegmentáció, célpiacválasztás, pozícionálás.
13. A fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők. A vásárlási magatartás modellje.
14. A marketingtervezés folyamata, lépései. A marketingstratégia meghatározása, tartalma, szintjei és azok jellemzése, a stratégia megközelítései, a stratégiai menedzsment folyamata. STEEP-elemzés, SWOT-elemzés, BCG mátrix, Ansoff mátrix.
15. A termékéletciklus fogalma és típusai. Marketingstratégiák a termékéletciklus egyes szakaszaiban.
16. A termékpolitika. A termékfejlesztés folyamata. A márkázás stratégiái. Csomagolás.
17. Csatornatípusok és a közvetítő kereskedők típusai. A kiskereskedelem szerepe, funkciói, marketingfeladatai.
18. A marketingkommunikáció feladata. A marketingkommunikációs mix elemei. A kommunikációs terv készítésének lépései. Médiatípusok és trendek. Reklámtorta. Reklámkampány-tervezés, költségvetés-készítés.
19. A marketingkutatás fogalma, folyamata és típusai. A kutatási terv elemei.
20. A szekunder információk gyűjtése, kezelése, feldolgozása. A primer kutatási eljárások jellemzői, formái: kvalitatív és kvantitatív piackutatási módszerek.

**Kereskedelem és marketing szak záróvizsga 2018/őszi félév**

**B – specializációk – tételsor**

***Marketingstratégiák specializáció***

1. A termékstratégiai fa.
2. A márkaépítés új evolúciós szakaszai.
3. Az árpolitika stratégiai területei, az árstratégiák.
4. Az ármegállapítás lépései, áradaptáció.
5. A társadalmi rétegződés, az életstílus, a referenciacsoportok és a család befolyásoló szerepe a fogyasztók magatartására.
6. A vásárlási döntés folyamata, a vásárlói döntések típusai, szituációs tényezői.
7. A szolgáltatások marketingmixe.
8. A szolgáltatások menedzsmentjének sajátosságai (HIPI-elv és következményei).
9. A nemzeti kultúrák hatása az üzleti életre.
10. A marketingcsatorna funkciói és a kereskedelmi funkciók.
11. A külpiacra lépés motivátorai, akadályozó tényezői és formái.
12. A reklám műfaji meghatározása, funkciói, a reklámpszichológia alapvető kérdései.
13. A reklám tervezésének alapvető kérdései, az 5M modell alkalmazása.
14. A kisvállalati marketing jellemzői Magyarországon.
15. Az ENSZ 198 tagállama által elfogadott, fenntartható fejlődéshez kapcsolódó célok a 2030-as Agenda szerint.

***Kereskedelmi stratégiák specializáció***

1. A kereskedelempolitika eszközei és azok jóléti hatása a gazdaság szereplőire.
2. Gazdasági érvek a vámkivetés mellett.
3. A hazai és nemzetközi üzleti tranzakciók különbözőségeinek összehasonlítása. A nemzetközi üzleti tranzakciók legfontosabb kockázatai (egy-egy példa).
4. Az FDI jelentése, jellemzői, típusai, legfontosabb motivációi.
5. Termékek vámjogi szabadforgalomba-bocsátásának szabályai.
6. Termékek az Európai Unión kívülre irányuló exportjának vámszabályai.
7. Okmányok a nemzetközi kereskedelemben.
8. Ismertesse a közúti, a vasúti és a folyami fuvarozást, és azoknak okmányait!
9. Ismertesse a tengeri, a légi és a kombinált fuvarozást, és azoknak okmányait!
10. CSR: fogalmi megközelítések, koncepciók, előnyök, hátrányok, kritikák.
11. Az elektronikus kereskedelem megjelenési formái és helyzete Magyarországon.
12. Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál. Az üzletláncok áruforgalmának szervezése.
13. Stratégiai elemzés, a kereskedelmi vállalatok általános (makro) és verseny-(mikro)környezetének elemzése.
14. Az összvállalati stratégiák típusai a működési kör változtatásának iránya és dinamikája szerint, a környezettel való kölcsönhatás jellemzői szerint és orientációja szerint.
15. Fizetési módok a nemzetközi kereskedelemben.
1. *1-3. tétel irodalma: Sókiné Nagy Erzsébet (2006): A kereskedelem gazdaságtana I.-III. c. sorozat. KIT Kiadó, Budapest.* [↑](#footnote-ref-1)
2. *4-5. tétel irodalma:* Chikán A.: Bevezetés a vállalatgazdaságtanba, AULA kiadó, Budapest, 2006. 2010. [↑](#footnote-ref-2)
3. *10. tétel irodalma:* Bakacsi Gyula (2015): A szervezeti magatartás alapjai, Alaptankönyv Bachelor hallgatók számára. Semmelweis Kiadó, Budapest , és az előadások anyagai [↑](#footnote-ref-3)