

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és Marketing BA szak
Záróvizsga tételtek

A tételtek

1. A kereskedelem makro- és mikroökonómiai funkciói. A hazai kereskedelem rendszere, fejlődése, nemzetközi és hazai kereskedelem alakulása, trendjei a rendszerváltás után.
2. A kereskedelmi vállalkozás jellemzői. A kereskedelmi vállalkozások rendszerezése (tevékenység, vállalkozási forma, méret, együttműködési kapcsolatok). Az üzletláncok szerepe a hazai kereskedelemben.
3. Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál. Az üzletláncok áruforgalmának szervezése.
4. Vállalatgazdaságtani alapismeretek, mutatószámok és fogalmak (a vállalat és a vállalkozás fogalma, csoportosításuk, a flow folyamatok: termelési érték, termelési költség, jövedelem, önköltség).
5. Vállalati stratégiai tervezés elemei és módszertani kérdései.
6. Az üzleti tervek csoportosítása, felépítése, főbb tartalmi elemei, és módszertani kérdései.
7. Az Európai Unió fejlődésének főbb szakaszai (1958-2014), és az Európai Unió intézményrendszere.
8. Vezetési feladatok és a vezetői szerepek meghatározása és jelentősége a szervezetek irányításában.
9. A kommunikáció modellje és a kommunikáció zavaró tényezői a szervezetek életében.
10. A szervezeti magatartás jelentősége napjainkban (egyéni jellemzők: képességek, személyiség, észlelés, motiváció; csoportok jelentősége; vezetés; szervezeti kultúra).
11. Magyarország külkereskedelmi tevékenysége. Az Európai Unió egységes piacának jellemzői, sajátosságai.
12. A fuvarozás-szállítmányozás jellemzői és főbb feladatai az EU-ban és Magyarországon. A közúti, tengeri, vasúti és légi fuvarozás jellemzői és okmányai.
13. Külkereskedelmi fizetési módok: okmányos meghitelezés, okmányos beszedési megbízás és egyéb külkereskedelmi fizetési módozatok (átutalás, előrefizetés, nyitva szállítás, cég hitelnyújtás).
14. A nemzetközi kereskedelempolitika eszközrendszere (tarifális és nontarifális eszközök) és intézményrendszere (GATT, WTO).
15. A vámok szerepe a külkereskedelemben, fajtái. A vámunió kialakulása, jelentősége. Az EU vámrendszere, TARIC, elektronikus vámkörnyezet sajátosságai és jelentősége. A jelenleg az EU-ban alkalmazott vámeljáráások és jellemzői.
16. Külkereskedelmi szerződések, Bécsi Konvenció. Ajánlati tevékenység, rendelés.
17. Minden szállítási módra kiterjedő Incoterms 2010 klauzulák. Szokások, szokványok a nemzetközi kereskedelemben. A Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (ICC) tevékenysége. Kizárólag vízi szállítás esetén alkalmazható Incoterms 2010 klauzulák.
18. Különleges külkereskedelmi ügyletek.

Debreceni Egyetem
Gazdaságtudományi Kar
Kereskedelem és Marketing BA szak
Záróvizsga tételek

B tételek

1. Marketing alapfogalmai.
2. Vállalati piacorientáció típusai.
3. A vevőérték és a vevőelégedettség szerepe a marketingben.
4. A célpiaci marketing folyamata és szakaszai: piacszegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás.
5. A vásárlói magatartás modellje. A vásárlói magatartást befolyásoló tényezők. A vásárlói döntések típusai.
6. A fogyasztói és szervezeti piac jellemzői, hasonlóságok és különbségek.
7. Marketingstratégia meghatározása. STEEP-elemzés, SWOT-elemzés, BCG mátrix, Ansoff mátrix.
8. A marketingstratégia tartalma, szintjei és azok jellemzése, a stratégia megközelítései, a stratégiai menedzsment folyamata.
9. A termékélelciklus fogalma és típusai. Marketingstratégiák a termékélelciklus egyes szakaszaiban.
10. A termék három és öt szintje. A termékfejlesztés folyamata. A márkázás stratégiái. A csomagolás szerepe a marketingben.
11. Az árpolitikai célok felsorolása és elemzése. Az árak kialakítási szempontjai. Az ár és a minőség kapcsolata. Árstratégiák bemutatása.
12. Csatornatípusok és a közvetítők típusai.
13. A marketingkommunikáció feladata. Marketingkommunikációs mix elemei. A kommunikációs terv készítésének lépései. Marketingkommunikáció és társadalmi felelősségvállalás.
14. A médiatípusok jellemzése. Reklámtorta. Reklámkampány tervezése, költségvetés készítése.
15. A szolgáltatás, mint különleges áru. A szolgáltatásmarketing sajátosságai, speciális területei. A szolgáltatások 7P-je.
16. A marketingkutatás fogalma, folyamata és típusai. A kutatási terv elemei.
17. A szekunder információk gyűjtése, kezelése, feldolgozása. A primer kutatási eljárások jellemzői, formái: kvalitatív és kvantitatív piackutatási módszerek.
18. A marketingtervezés folyamata, lépései.
19. A marketingtevékenység elemzése, a marketing beavatkozások gazdasági hatékonysága.
20. Nemzeti kultúrák hatása a marketingre.