**Záróvizsga tételsor**

**2015-2016. tanévtől**

**Kereskedelem és marketing szak Felsőoktatási szakképzés**

**Kereskedelmi szakirány**

**„A” tételsor Szakmai törzsmodul**

1. A marketingkutatás szerepe a vállalkozás tevékenységében. A kutatás tervezése, a kutatás folyamata. A marketingkutatás módszerei, a módszerek fejlődése. A kvantitatív és kvalitatív kutatás lényege, alkalmazásának feltételei. A kutatási eredmények feldolgozása és elemzése.

1. A fogyasztóvédelem funkciói, intézményrendszere, jogi szabályozása.
2. A beszerzés funkciói. A beszerzés szerepe az áruforgalomban. A kereskedelmi vállalatok beszerzését befolyásoló tényezők és hatásuk a beszerzés gyakorlatára. A beszerzés folyamata és tevékenységelemei. A beszerzés elemzése és tervezése.
3. A készletezés szerepe az áruforgalomban. A készlet nagyságát és összetételét befolyásoló tényezők. A készletek elemezésének és tervezésének módszerei.
4. Az értékesítés folyamata. Az értékesítés elemzése és tervezése.
5. A kereskedelmi vállalkozás tevékenysége és alapvető jellemzői. A kis-közepes- és nagyvállalkozások a kereskedelemben. A kereskedelmi vállalkozás alapvető gazdasági folyamatai.
6. A kereskedelmi vállalkozás működéséhez szükséges tárgyi feltételek: telephely, az üzlet külső és belső képe valamint személyi feltételek: létszámgazdálkodás és munkakörök.
7. A logisztika főbb területei, a vevőkiszolgálás szerepe a kereskedelmi vállalkozások esetében. A rendszerszemlélet, az összköltségszemlélet és a keresztmetszeti funkció.
8. A kereskedelem helye és szerepe a nemzetgazdaság rendszerében. A kereskedelem makro-és mikroökonómiai funkciói. A kereskedelem szervezetének tagozódása. A hazai kereskedelem átalakulása, koncentráció, többpólusú piaci szerkezet.
9. A logisztikai központok működési elvei, különböző fajtái és szolgáltatásaik sajátosságai. A logisztikai központok szerepe a kis- és nagykereskedelemben.

**„B” tételsor Kereskedelmi szakirány**

1. Kiskereskedelmi vállalkozás termékmixének nagyságát befolyásoló tényezők. Termékválaszték szélesség és mélysége.
2. Kereskedelmi szolgáltatások. A kereskedelmi márka szerepe az üzletláncok gyakorlatában. Kategóriamenedzsment.
3. Az ármegállapítás, árazás, az árak megjelenítésének formái. Árengedmény mértéke és hatása a vállalati gazdálkodásra. Árengedményes akciók.
4. A költséggazdálkodás szerepe a kereskedelmi vállalkozások tevékenységében. A költségek nagyságát meghatározó tényezők. A költségek csoportosítása.
5. A költségek elemzése és tervezése. Kiemelt költségek a nagykereskedelemben és a kiskereskedelemben. A létszám és bérköltség elemzése és tervezése.
6. Az eredmény kialakulása a kereskedelmi vállalkozásoknál, az eredményre ható tényezők. Az eredmény elemzése és tervezése.
7. A hasznosság értelmezése, kategóriái. Az áruk hasznossága, rendszerezése, árucsoportok képzése. A termékmenedzselés folyamata. Termékmenedzselés az üzletláncok gyakorlatában.
8. Az e-businessbe való bekapcsolódási lehetősége az áruforgalmi folyamatnak. Az interneten történő értékesítés módja, lehetőségei. Az elektronikus vevőinformációs rendszerek.
9. Személyes eladás alapelvei. Az eladószemélyzet tervezése. A személyes eladás helye az értékesítési rendszerben. Többcsatornás értékesítési rendszerek. A személyes eladás folyamata és területei.
10. Kereskedelmi áruválaszték tervezése és beszerzése. Rendelési pont és mennyiség. Beszerzési költégkeret. Készletérték csökkenését előidéző tényezők. Készletszükséglet meghatározása.