**Záróvizsga tételsor**

**2017-2018. tanévtől**

**Kereskedelem és marketing szak Felsőoktatási szakképzés**

**Kereskedelmi szakirány**

**„A” tételsor Szakmai törzsmodul**

1. A marketing szerepe a szervezetek tevékenységében. A piac értelmezése, tényezői és szereplői, a piac mérőszámai. A fogyasztói piacok jellemzői. A szervezeti piac sajátosságai. A célpiaci marketing lényege, tevékenységelemei (szegmentálás, célpiac kiválasztás, pozícionálás) és típusai (differenciálatlan, differenciált, koncentrált).
2. A vállalati marketing mix döntések területei: A termékpolitikai döntések rendszere, termékmix és termékvonal döntések. A vállalati árképzést befolyásoló tényezők, árképzési módszerek. Az árak alkalmazása a gyakorlatban, árengedmények és kedvezmények. A szervezetek értékesítési rendszere, a döntési területek rendszerezése. A marketingkommunikáció eszközrendszere
3. 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.
4. 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. A készletezés szerepe az áruforgalomban. A készlet nagyságát és összetételét befolyásoló tényezők. A készletek elemezésének és tervezésének módszerei. Az értékesítés folyamata. Az értékesítés elemzése és tervezése.
5. A költséggazdálkodás szerepe a kereskedelmi vállalkozások tevékenységében. A költségek nagyságát meghatározó tényezők. A költségek csoportosítása. A költségek elemzése és tervezése. Kiemelt költségek a nagykereskedelemben és a kiskereskedelemben. A létszám és bérköltség elemzése és tervezése.
6. A logisztika főbb területei, a vevőkiszolgálás szerepe a kereskedelmi vállalkozások esetében. A rendszerszemlélet és az összköltségszemlélet. A logisztikai központok működési elvei, különböző fajtái és szolgáltatásaik sajátosságai. A logisztikai központok szerepe a kis- és nagykereskedelemben.

1. Munkaerőpiac szereplői. Munka világára vonatkozó szabályozások. Munka-, megbízási- és vállalkozási szerződések jellemzői. Munkaviszony létesítés és megszüntetése. Munkavállalók és munkáltatók jogai és kötelezettségei.
2. A gazdasági táraságok alapítása és szervezete, az egyes gazdasági társaságok fogalma, fontosabb jellemzői, előnyei és hátrányai.
3. A gazdaságpolitika (a fiskális és a monetáris politika) lényege, eszközrendszere. Aktív, passzív bankügyletek.
4. A pénz időértékének meghatározása. A jelenérték számítás és a jövőérték számítás lényege, számítási módszerei. A beruházás gazdaságosság statikus és dinamikus mutatói.

**„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 a kereskedelemben. Árengedmény mértéke és hatása a kereskedelmi vállalati gazdálkodásra. Árengedményes akciók szerepe és hatása a kereskedelmi vállalkozásoknál.
4. Az eredmény kialakulása a kereskedelmi vállalkozásoknál, az eredményre ható tényezők. Az eredmény elemzése és tervezése.
5. A hasznosság értelmezése, kategóriái. Az áruk hasznossága, rendszerezése, árucsoportok képzése. A termékmenedzselés folyamata. Termékmenedzselés az üzletláncok gyakorlatában.
6. Online értékesítés szerepe a kereskedelem átalakulásában. Hazai és nemzetközi beszerzési források felkutatása és azok sajátosságai az e-kereskedelemben. Webáruházak létrehozásának jogi, informatikai, logisztikai, pénzügyi feladatai.
7. Személyes eladás alapelvei. Az eladószemélyzet tervezése. A személyes eladás helye az értékesítési rendszerben. Többcsatornás értékesítési rendszerek. A személyes eladás folyamata és területei.
8. Szolgáltatások hazai és nemzetközi kereskedelme. A szolgáltatás, mint különleges áru sajátosságai és marketing-mix specifikumai. Szolgáltatásmarketing néhány speciális gyakorlati alkalmazási területének sajátosságai.
9. A sales prezentáció tartalma és felépítése. Érvek, érvelés – ráció, érvek és érzelmek. Számok, a számok üzenete és azok megjelenítése a diákon. Történetmesélés az üzleti prezentációban. Elevator pitch – a rövid prezentáció művészete. Hatásos diák készítése.
10. Üzleti tervezés fontossága, jelentősége, célja és szerepe. Üzleti terv készítés lépései. Az üzleti terv felépítése, tartalmi elemei. Üzleti tervben a marketing terv célja és tartalmi elemei.