**Záróvizsga tételek**

**Kereskedelem és marketing alapszak BA**

***Marketing Menedzsment szakirány***

**„B” tétel**

1. **tétel**

A magyar gazdaság átalakulása, a privatizáció és annak hatása a kereskedelemre. A makrokörnyezeti tényezők hatása a kereskedelmi vállalkozások marketing tevékenységére.

1. **tétel**

A verseny szerepe a kereskedelmi vállalkozások marketing tevékenységében, a versenyanalízis módszerei. A versenystratégiák jellemzői.

1. **tétel**

A fogyasztói magatartás befolyásolásának marketing eszközei és azok sajátosságai a kereskedelmi vállalkozások tevékenységében. Hatékonyságuk mérésének módszerei. Üzletválasztást befolyásoló tényezők.

1. **tétel**

A szervezeti piac sajátosságainak érvényesülése a viszonteladók piacán. A szervezeti vásárlók befolyásolásának marketing eszközei, azok jellegzetességei a kereskedelemben.

1. **tétel**

A nagy- és kiskereskedelemi vállalkozások marketingtevékenységének összehasonlítása. Azonosságok és különbségek a marketing mixben. A hipermarketek és bevásárlóközpontok marketingtevékenységének sajátosságai

1. **tétel**

Az üzletláncok beszerzését befolyásoló tényezők. A beszerzés hatása a marketingtevékenységre és a gazdálkodásra. Engedmények, kedvezmények, támogatások.

1. **tétel**

Az áruminőség befolyásolásának eszközei és lehetőségei. Objektív és szubjektív árujellemzők. Az áruk eladótérben történő elhelyezésének marketing szempontjai. Space menedzsment és merchandising összefüggései. A polctükör tervezése és kialakítása.

1. **tétel**

A trade marketing jellemzői. A személyes eladás szerepe és jelentősége. A személyes eladás folyamata, sajátosságai a kereskedelemben. A vásárlásösztönzés kiemelt eszközei a kiskereskedelemben.

1. **tétel**

Az árképzés módszerei és alkalmazásuk feltételei. Engedmények, kedvezmények, támogatások a kereskedelemben. Az ár, mint a fogyasztó befolyásolásának eszköze. Az árengedmény mértéke és hatása a fogyasztókra.

1. **tétel**

A marketingtevékenység kiemelt költségei. A piaci együttműködés hatása a költséggazdálkodásra. A marketingkutatás és a marketingkommunikáció költségei.

1. **tétel**

A nyereség növelésének marketing eszközei. A marketingtevékenység hatékonyságának mérése. A kereskedelmi márkázás hatása a vállalkozás eredményére.

1. **tétel**

A vállalati küldetés tartalma. A portfolió módszerek szerepe az üzletági helyzet elemzésében. A marketingkörnyezet elemzésének módszerei. Célpiaci marketingstratégiák, Porter féle alapstratégiák, piaci pozíción alapuló stratégiák, marketing részstratégiák a termék életgörbe különböző szakaszaiban. Nemzetközi piacra lépés stratégiái.

1. **tétel**

A kereskedelmi márka szerepe az üzletláncok gyakorlatában, a kereskedelmi márka fogyasztói megítélése. Új termék piaci bevezetésének feladatai. Kereskedelmi szolgáltatások. Kategóriamenedzsment

1. **tétel**

A vállalati arculat és vállalati image. Az arculat elemei. Reklámkampány tervezése és szervezése, hatékonyságának mérése. BTL eszközök a kereskedelemben. Az üzletláncok vásárlásösztönzésének rendszere. Belső és külső PR.

1. **tétel**

A primer kutatás módszerei, a megkérdezés formái és folyamata. A mintavétel szerepe a megkérdezésben. Mintavételi eljárások. Az interjúk formái és azok alkalmazási területe. A kereskedelemkutatás és a médiakutatás jelentősége és formái.

1. **tétel**

A marketingtevékenység finanszírozása. A marketingköltségvetés tervezésének módszerei. A piaci koordináció hatása a marketingköltségek pénzügyi finanszírozására.