**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.

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)