

**Debreceni Egyetem**  
**Gazdaságtudományi Kar**  
**Kereskedelem és Marketing BA szak**  
**Záróvizsga tételtek**

***A tételtek***

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.
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.
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).
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, pozicionálás.
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.