

Kereskedelem és marketing szak záróvizsga

B – specializációk – tételsor

Marketingstratégiák specializáció

1. A termékstratégiai fa.
2. A márkaépítés új evolúciós szakaszai.
3. Az árpolitika stratégiai területei, az árstratégiák.
4. Az ármegállapítás lépései, áradaptáció.
5. A társadalmi rétegződés, az életstílus, a referenciacsoportok és a család befolyásoló szerepe a fogyasztók magatartására.
6. A vásárlási döntés folyamata, a vásárlói döntések típusai, szituációs tényezői.
7. A szolgáltatások marketingmixe.
8. A szolgáltatások menedzsmentjének sajátosságai (HIPI-elv és következményei).
9. A kultúra hatása a nemzetközi marketingtevékenységre.
10. A marketingcsatorna funkciói és a kereskedelmi funkciók.
11. A külfiacra lépés motivátorai, akadályozó tényezői és formái.
12. A reklám műfaji meghatározása, funkciói, a reklámpszichológia alapvető kérdései.
13. A reklám tervezésének alapvető kérdései, az 5M modell alkalmazása.
14. A kisvállalati marketing jellemzői Magyarországon.
15. Az ENSZ 198 tagállama által elfogadott, fenntartható fejlődéshez kapcsolódó célok a 2030-as Agenda szerint.

Kereskedelmi stratégiák specializáció

1. A kereskedelempolitika eszközei és azok jóléti hatása a gazdaság szereplőire.
2. Gazdasági érvek a vámkivetés mellett.
3. A hazai és nemzetközi üzleti tranzakciók különbözőségeinek összehasonlítása. A nemzetközi üzleti tranzakciók legfontosabb kockázatai (egy-egy példa).
4. Az FDI jelentése, jellemzői, típusai, legfontosabb motivációi.
5. Termékek vámjogi szabadforgalomba-bocsátásának szabályai.
6. Termékek az Európai Unión kívülre irányuló exportjának vámszabályai.
7. Okmányok a nemzetközi kereskedelemben.
8. Ismertesse a közúti, a vasúti és a folyami fuvarozást, és azoknak okmányait!
9. Ismertesse a tengeri, a légi és a kombinált fuvarozást, és azoknak okmányait!
10. CSR: fogalmi megközelítések, koncepciók, előnyök, hátrányok, kritikák.
11. Az elektronikus kereskedelem megjelenési formái és helyzete Magyarországon.
12. Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál. Az üzletláncok áruforgalmának szervezése.
13. Stratégiai elemzés, a kereskedelmi vállalatok általános (makro) és verseny- (mikro)környezetének elemzése.
14. Az összvállalati stratégiák típusai a működési kör változtatásának iránya és dinamikája szerint, a környezettel való kölcsönhatás jellemzői szerint és orientációja szerint.
15. Fizetési módok a nemzetközi kereskedelemben.