**Kereskedelem és Marketing BA szak**

**Marketing menedzsment specializáció**

**Záróvizsga témakörök**

**(SZOLNOK)**

* A kereskedelmi vállalkozás jellemzői. A kereskedelmi vállalkozások rendszerezése (tevékenység, vállalkozási forma, méret, együttműködési kapcsolatok). Az üzletláncok szerepe a hazai kereskedelemben.
* Az áruforgalom jellemzői, szakaszai. A beszerzési, készletezési és értékesítési tevékenység feladatai és szervezeti struktúrája a kereskedelmi vállalkozásoknál. Az üzletláncok áruforgalmának szervezése.
* A marketing alapfogalmai. A vállalati piaci orientáció típusai. Vevőérték és vevőelégedettség.
* Differenciálatlan és differenciált marketing. A célpiaci marketing folyamata és szakaszai: piacszegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás.
* A vásárlói magatartás modellje. A vásárlói magatartást befolyásoló tényezők. A vásárlási döntés folyamata. A vásárlói döntések típusai.
* A marketingkutatás fogalma, típusai és folyamata. A kutatási terv elemei. Szekunder és primer információk. Mintavételi eljárások. Kvantitatív és kvalitatív piackutatási módszerek.
* A kereskedelmi márka szerepe az üzletláncok gyakorlatában, a kereskedelmi márka fogyasztói megítélése. Új termék piaci bevezetésének feladatai. Kategóriamenedzsment
* A termékéletciklus fogalma és típusai. Marketingstratégiák a termékéletciklus egyes szakaszaiban.
* A termék három és öt szintje. A márkázás stratégiái. A márkaépítés új evolúciós szakaszai. A csomagolás szerepe a marketingben.
* Az árpolitika stratégiai területei, az árstratégiák bemutatása. Az ármegállapítás lépései, áradaptáció.
* A marketingcsatorna funkciói, csatornatípusok, a közvetítők típusai és a kereskedelmi funkciók.
* A marketingkommunikációs mix elemei. A kommunikációs terv készítésének lépései. A médiatípusok jellemzése. Reklámtorta. Reklámkampány tervezése, költségvetés készítése. Az 5M modell alkalmazása.
* 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.
* A személyes eladás szerepe és jelentősége, folyamata és sajátosságai a kereskedelemben. A vásárlásösztönzés kiemelt eszközei a kiskereskedelemben.
* Az online marketing sajátosságai és eszközei.

Debrecen, 2021.04.20 Dr. Szakály Zoltán szakvezető