**Marketing mesterszak**

**Záróvizsga témakörök**

* A nem hagyományos piackutatási módszerek és az általuk nyerhető információforrások.
* Az érzelem-felismerésre és elemzésre alkalmas kutatási eszközök és azok alkalmazási lehetőségei.
* A kulturális hatások, a társadalmi osztály és rétegződés. Referenciacsoportok és a véleményvezérek (influenszerek) szerepe napjainkban. Kulturális értékek és normák, az értékek típusai. Fenntarthatóság, mint új érték. Az életstílus és a fogyasztói magatartás kapcsolata.
* Motívumok, motivációk szerepe a fogyasztói magatartásban, motivációs elméletek. A személyiség jellemzői. Személyiségelméletek (Freud, Jung, énkép-elmélet) és ezek jelentősége a marketingben. A márkaszemélyiség lényege és üzenete, megalkotása, dimenziói.
* A Termékstratégia Fa elemei és azok alkalmazása az új termék tervezése során.
* A Means-end lánc elmélet, a Repertory grid módszer és a Létrázás módszer alkalmazása a terméktervezésben.
* A marketingkommunikációs mix elemei, csoportosításuk és egymást erősítő hatásuk bemutatása.
* Az online marketingkommunikációs lehetőségek bemutatása és ezek szerepe a 360 fokos marketingkommunikációban.
* A vállalat külső környezetének szintjei, a külső környezet elemzésének folyamata, az elemzés módszerei.
* A vállalat belső környezetének elemei, a vállalati erőforrások kategóriái, portfólió elemzési módszerek.
* Marketinglogisztika: a marketing és a logisztika viszonya, összefüggései, elvárások a marketinglogisztikával szemben. A disztribúció helye az értéklánc folyamatában (Porter-féle értéklánc) és az ellátási láncban.
* Nemzetközi piacszegmentáció, célpiacképzés és pozicionálás.
* Az élelmiszer-vásárlói és -fogyasztói magatartás jellemzői, élelmiszervásárlói-magatartás modellek, a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők.
* Az egészséges és fenntartható táplálkozás fogalma és fogyasztói aspektusai.
* Az online marketing sajátosságai és eszközei az élelmiszergazdaságban.

Debrecen, 2021.04.20 Dr. Szakály Zoltán szakvezető