**Kereskedelem és Marketing BA szak**

**Értékesítés szervezés specializáció**

**Záróvizsga témakörök**

**(SZOLNOK)**

* A kereskedelmi vállalkozás jellemzői. A kereskedelmi vállalkozások rendszerezése (tevékenység, vállalkozási forma, méret, együttműködési kapcsolatok). Az üzletláncok szerepe a hazai kereskedelemben.
* A marketingkutatás fogalma, folyamata, módszerei és típusai. A kutatási terv elemei. A választék, az áruelhelyezés, árkialakítás, áralkalmazás, az üzletek szolgáltatási színvonalának elemzését és tervezését támogató kutatási módszerek.
* Differenciálatlan és differenciált marketing. A célpiaci marketing folyamata és szakaszai: piacszegmentáció, célpiacválasztás, pozicionálás.
* Az eltérő értékesítés-szervezési megoldások jellemzői a kiskereskedelemben, hatásuk a fogyasztói piac szereplőire. A hatékonyság mérésének módszerei.
* A termékpolitika. A termékfejlesztés folyamata. A márkázás stratégiái.
* A csomagolás funkciói, a csomagolás és a környezetgazdálkodás összefüggései a kereskedelemben. Az optimális csomagolási modell.
* A raktározási tevékenység feladatai. A nagykereskedelem és kiskereskedelem raktározási funkcióinak összehasonlítása. A nagykereskedelmi raktár típusai, tárolási rendszerek és módok. Az áruazonosító eszközök.
* A nagy- és kiskereskedelmi vállalkozások beszerzésének logisztikai szempontú jellemzése. A beszerzés nagyságát és gyakoriságát befolyásoló tényezők. Az áru objektív és szubjektív minőségi jellemzői. A beszerzés folyamata (szállító kiválasztása, megrendelés és áruátvétel) jellemzői a nagy- és kiskereskedelemben.
* Az ármegállapítás, árazás, az árak megjelenítésének formái. Árengedmény mértéke és hatása a vállalati gazdálkodásra. Árengedményes akciók szervezése (árualap, áruelhelyezés, értékesítés)
* A marketingcsatorna funkciói, csatornatípusok, a közvetítők típusai és a kereskedelmi funkciók.
* Az üzlethálózat telepítésének szempontjai, befolyásoló tényezői. Az értékesítés tárgyi és személyi feltételei a kereskedelemben. Az értékesítés szervezése. Költséghatékony értékesítési formák és értékesítési módok.
* A marketingkommunikációs mix elemei. A kommunikációs terv készítésének lépései. A médiatípusok jellemzése. Reklámtorta. Reklámkampány tervezése, költségvetés készítése. Az 5M modell alkalmazása.
* A személyes eladás szerepe és jelentősége, folyamata és sajátosságai a kereskedelemben. A vásárlásösztönzés kiemelt eszközei a kiskereskedelemben.
* Eszközfinanszírozás a kereskedelemben. A kínálat finanszírozása, a készletfinanszírozás és a hatékony készletgazdálkodás összefüggései. Fizetési módok és határidők a kereskedelemben.
* Az online marketing sajátosságai és eszközei.

Debrecen, 2021.10.07. Dr. Szakály Zoltán szakvezető