

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 áruehelyezés, árki alakítás, 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, áruehelyezés, 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.

Dr. Szakály Zoltán
szakvezető